VII kadencja

SEJM RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

KANCELARIA SEJMU
Biuro Komisji Sejmowych

PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

■ Komisji Infrastruktury
(nr 132)
z dnia 3 kwietnia 2013 r.

Pełny zapis przebiegu posiedzenia

Komisji Infrastruktury (nr 132)

3 kwietnia 2013 r.

Komisja Infrastruktury, obradująca pod przewodnictwem posła **Zbigniewa Rynasiewicza (PO)**, przewodniczącego Komisji, rozpatrzyła:

– informacje Ministra Administracji i Cyfryzacji oraz Prezesa zarządu Poczta Polska SA o aktualnej sytuacji, strategii oraz planach restrukturyzacyjnych Poczta Polska SA, w kontekście liberalizacji rynku usług pocztowych w Polsce.

W posiedzeniu udział wzięli: **Małgorzata Olszewska** podsekretarz stanu w Ministerstwie Administracji i Cyfryzacji wraz ze współpracownikami, **Jerzy Jóźkowiak** prezes Zarządu Poczta Polska SA wraz ze współpracownikami, **Marek Szczepański** przewodniczący Rady Nadzorczej Poczta Polska SA, **Tomasz Bogus** prezes Zarządu Bank Pocztowy SA wraz ze współpracownikami, **Karol Krzywicki** dyrektor Departamentu Rynku Pocztowego Urzędu Komunikacji Elektronicznej, **Sławomir Redmer** przewodniczący Związku Zawodowego Pracowników Poczty, **Bogumił Nowicki** przewodniczący Organizacji Międzyzakładowej NSZZ „Solidarność" Pracowników Poczty Polskiej, **Krzysztof Fidelis** członek Zarządu Głównego Forum Związków Zawodowych.

W posiedzeniu udział wzięli pracownicy Kancelarii Sejmu: **Elżbieta Kessel, Marcin Mykietyński** – z sekretariatu Komisji w Biurze Komisji Sejmowych.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Witam wszystkich bardzo serdecznie na dzisiejszym posiedzeniu. Witam panią minister Małgorzatę Olszewską, prezesa Poczty Polskiej oraz prezesa Banku Pocztowego i wszystkie osoby im towarzyszące. Witam również bardzo serdecznie przedstawicieli strony społecznej. Witam panie i panów posłów.

Porządek dzienny państwo otrzymaliście w zawiadomieniu. Rozumiem, że nie ma uwag do porządku dziennego, za co z góry również dziękuję.

Przepraszam za spóźnienie. Mieliśmy spotkanie z panią minister budownictwa Finlandii. Jak powiedziałem, ministrem jest kobieta. Jest trochę nietypowa jak na Finkę, lubi mówić.

Proszę bardzo. Rozumiem, że rozpoczniemy od prezentacji, ale najpierw krótkie słowo wstępne pani minister. To odniesienie do tego co powiedziałem wcześniej, prosimy o krótkie słowo a później nastąpi prezentacja. Tak?

Podsekretarz stanu w Ministerstwie Administracji i Cyfryzacji Małgorzata Olszewska:

Tak. Dlatego bardzo lubię tę Komisję, zawsze nam się dobrze pracowało. Dobrze, że Poczta Polska jest tematem dzisiejszego spotkania.

Dziękuję bardzo. Szanowna Komisjo. Wszystkie szczegóły dotyczące tego, co dzieje się w Poczcie Polskiej jeśli chodzi o działania restrukturyzacyjne, zaprezentuje pan prezes Zarzycki. Natomiast ja tylko króciutko powiem o tym, co z punktu widzenia właścicielskiego jest szczególnie istotne i na co powinniśmy zwrócić uwagę, a więc w co i jak inwestujemy, a przede wszystkim, czy robimy to z głową.

Po pierwsze – cały czas mamy na względzie prognozy, jakie wynikają z substytucji wersji papierowej na wersję elektroniczną. Jest bardzo zauważalny trend, jeśli chodzi o Pocztę Polską, zresztą nie tylko o naszą pocztę: widzimy ją już w wymiarze biznesowym. W związku z tym uważamy, że jednym z podstawowych wyzwań dla Poczty Polskiej jest dobry plan, dobry biznesplan na usługi świadczone w formie nie tylko trady-

cyjnej, papierowej, ale również w formie cyfrowej. Na to na pewno powinniśmy zwracać dużą uwagę.

Natomiast to, co już jest w strategii i przez kolejny rok jest konsekwentnie realizowane przez zarząd Poczty Polskiej, to przede wszystkim szukanie dodatkowych źródeł przychodów, zarówno jeśli chodzi o usługi finansowe, jak i usługi biznesowe. Obecnie usługi finansowe, to usługi postrzegane jako jeden z filarów biznesowych nowego modelu Poczty Polskiej, oczywiście, obok powszechnych usług pocztowych. One nadal generują duży przychód po stronie Poczty, natomiast nie można powiedzieć, że jest to sektor, który w najbliższej przyszłości będzie się dynamicznie rozwijał. Staramy się patrzeć przynajmniej na kilka lat wstecz biorąc pod uwagę jakiej wielkości jest spółka a także, ilu ludzi znajduje w niej zatrudnienie.

Zarząd przedstawił również bardzo korzystne dla Poczty Polskiej z punktu widzenia konkurencji na rynku, informacje o usługach finansowych komplementarnych dla usług pocztowych, kurierskich i paczkowych. Nie było to takie proste, dlatego że Poczta Polska musiała w dużej mierze odzyskać część rynku utraconego na rzecz konkurencji, podobnie zresztą jak w sektorze ubezpieczeniowym.

Szczególnie istotne jest zachowanie modelu Poczty Polskiej, a tak naprawdę Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej. Wydaje nam się, że przyjęta konstrukcja pozwala zarządzać spółką rzeczywiście w sposób bardzo elastyczny i przede wszystkim dostosowany do potrzeb. Ma to również wpływ na wyniki Grupy; będzie o tym mowa podczas prezentacji Poczty Polskiej.

Tak jak już powiedziałam, usługi powszechne nadal pozostają jedną z ważniejszych grup usług generujących przychody po stronie Poczty Polskiej. Wspólnie pracowaliśmy nad nowym prawem pocztowym, dlatego państwo wiedzą, że istotną konsekwencją tego prawa jest otwarcie rynku na konkurencję w obszarze zastrzeżonym. Po drugie – nowy model konkursu ofert został związany z operatorem wyznaczonym i każdy operator będzie mógł wziąć w nim udział. Oczywiście, stawia to określone wymagania po stronie Poczty Polskiej, natomiast po stronie właściciela stawia pytanie o kondycję finansową spółki i co należy jeszcze zrobić, żeby działo się lepiej.

Ważne jest również to, że w ciągu minionych dwóch lat konsekwentnie realizowany był również program dobrowolnych odejść z firmy. Mam nadzieję, że konwersja niektórych usług a także dodanie nowych usług z zupełnie innych sektorów, pozwolą również na zbudowanie takiego modelu funkcjonowania spółki, że tylko i wyłącznie prezentowany program wystarczy nam do realizacji wszystkich celów. Na to bardzo liczę, dlatego że jak wiemy, cały czas w spółce jest to bardzo duża liczba pracowników i musimy odpowiednio o nich zadbać.

Aby jednak już nie przedłużać mojej wypowiedzi i przejść do konkretów, pan prezes przedstawi państwu szczegółową informację dotyczącą aktualnej sytuacji Poczty Polskiej, także w obszarze restrukturyzacji.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Oczywiście, porządek posiedzenia jest państwu znany. Mam również prośbę do pana prezesa i sugestię dotyczącą Banku Pocztowego. Cieszę się również z tego, że prezes Banku Pocztowego i panowie wiceprezesi są obecni na sali obrad. Toczy się bowiem dyskusja wokół przyszłości tego banku. Dlatego prosiłbym pana prezesa o wyrażenie opinii w tej sprawie i o komentarz do zaistniałej sytuacji w kontekście ścisłego związku z Pocztą Polską, który my oczywiście oceniamy pozytywnie. Ale prosiłbym, aby w tej kwestii wypowiedział się prezes Banku Pocztowego. Dobrze?

Prezes Zarządu Poczta Polska SA Jerzy Jóźkowiak:

Bardzo chętnie. Bardzo dziękuję. Proszę państwa, po raz kolejny mamy przyjemność być w Sejmie i rozmawiać o Poczcie Polskiej. Bardzo serdecznie dziękujemy za zaproszenie. Tak jak każdy szef jestem silny zespołem, który ze mną pracuje oraz grupą współpracowników.

Dzisiaj chcieliśmy się skoncentrować na tych rzeczach, które z punktu widzenia państwa posłów uznane zostały za najważniejsze podczas poprzedniego posiedzenia Komisji. Nawiążemy do wizji i strategii Poczty Polskiej. Dokonaliśmy już aktualizacji strategii

i mamy ją przygotowaną do 2017 roku. Strategia obowiązuje z pięcioletnim wyprzedzeniem, ale w sprawach zasadniczych zasadza się na tych samych tezach, które poprzednio państwu prezentowaliśmy. Następnie odniesiemy się do konkretnych rzeczy związanych z realizacją strategii, powiemy też jakie są osiągnięcia i wyzwania.

Kluczową rzeczą jest nowy model sieci placówek pocztowych oraz jednolity system identyfikacji wizualnej. Istotne są także sprawy związane z Grupą Kapitałową Poczty Polskiej. Chodzi o nowy model sprzedaży produktów finansowych. Z tym wiąże się kwestia głównej roli Banku Pocztowego. Potem pozwolę sobie na komentarz w tej sprawie. Mam natomiast nadzieję, że nasi koledzy z Banku Pocztowego są na tyle przygotowani, że zabiorą głos w momencie kiedy będziemy omawiać kwestie dotyczące roli tego banku oraz usług finansowych. O to prosił również pan przewodniczący.

Poczta Polska to przede wszystkim usługi pocztowe i usługi kurierskie oraz logistyczne. O tym będzie mówił pan prezes Janusz Wojtas. Do tego dodamy to co jest nowe na poczcie, czyli kwestie e-usług i wszystkich kwestii związanych z cyfryzacją. Na ostatnim naszym spotkaniu interesujące dla posłów były kwestie dotyczące inwestycji Poczty Polskiej, ich skali, zachodzących zmian oraz modernizacji. Do tego odniesie się pan prezes Mariusz Zarzycki.

Jeżeli chodzi o kwestie związane z restrukturyzacją, poproszę pana prezesa Zarzyckiego, aby zechciał rozpocząć od głównych tez wypowiedzi; bardzo proszę.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Proszę, panie prezesie.

Wiceprezes Zarządu Poczta Polska SA Mariusz Zarzycki:

Dziękuję. Witam państwa. Strategia Poczty Polskiej jest oparta o dwa wyznaczniki. Pierwszy, to budowa na walorach, którymi Poczta Polska dysponuje. Takim walorem jest sieć placówek pocztowych, jest nim także dominująca pozycja na rynku listów oraz bardzo silna infrastruktura logistyczna. Chcemy rozwijać obszary działalności, które mają przyszłość. Podobnie jak wszystkie inne poczty na całym świecie, a szczególnie w Europie, staramy się rozwijać obszary, na których rośnie rynek usług pocztowych. Podobnie jak robią to inne poczty, chcemy w ten sposób dywersyfikować źródła naszych przychodów.

Zakładamy, że nastąpi istotna zmiana głównych źródeł przychodów Poczty Polskiej. W dalszym ciągu zakładamy, że ich głównym nośnikiem będą usługi listowe, ale bardzo silnie wzrośnie udział przychodów z rynku usług kurierskich. Zakładamy także, że bardzo istotnym źródłem przychodów a szczególnie dochodów, będą usługi finansowe. Chcemy się rozwijać na rynkach, które rosną. Do takich należy rynek usług finansowych, a więc usług bankowych i usług ubezpieczeniowych. To są rynki, które zapewniają odpowiednią rentowność, ale również odpowiedni wzrost firmy. Są to również rynki, na których Poczta Polska może się rozwijać, podobnie jak inne poczty w Europie.

Trzy rynki a więc rynek finansowy, rynek ubezpieczeniowy i rynek bankowy, dają szansę na wykorzystanie sieci placówek pocztowych czyli tego, co jest bardzo istotnym walorem Poczty Polskiej. Z drugiej strony chcemy wykorzystać naszą najbardziej rozwiniętą sieć logistyczną po to, aby rozwijać usługi kurierskie i paczkowe, jak również usługi logistyczne. Poczta Polska jest największym przedsiębiorstwem logistycznym w Polsce. Chodzi głównie o logistykę paletową. Rynki te w naturalny sposób mają niższą rentowność, ale są rynkami, które charakteryzują się bardzo istotnym wzrostem.

Oczywiście, występuje niekorzystne z punktu widzenia naszego korporacyjnego biznesu zjawisko e-substytucji, ale mimo to chcemy na tych rynkach funkcjonować. Podejmujemy działania, aby uczestniczyć w procesie e-substytucji. Jeżeli bowiem my nie będziemy uczestniczyli na tym rynku, zrobią to inni.

Na slajdzie pokazujemy państwu zmiany w strukturze przychodów, to jest główna zmiana. Usługi finansowe staną się głównym źródłem dochodów Poczty Polskiej. Będzie to zarówno przychód bezpośredni dla Poczty Polskiej, jak dla całej Grupy Kapitałowej. W Grupie Kapitałowej mamy Bank Pocztowy, mamy też towarzystwo ubezpieczeniowe. Chcemy, aby usługi finansowe stały się bardzo istotnym źródłem naszego dochodu.

Zmiana struktury dochodów ma również obronić Pocztę Polską przed niekorzystnymi zjawiskami na rynku listowym.

Poproszę pana prezesa Piotra Michalskiego o to, aby skomentował nasze cele strategiczne.

Członek Zarządu Poczta Polska SA Piotr Michalski:

Dzień dobry państwu. Proszę państwa, jeśli chodzi o nasze cele strategiczne i do czego dążymy od strony finansowej, to postawiliśmy sobie zadanie, żeby nie maksymalizować rentowności w Poczcie Polskiej. Jak robi to wiele innych poczt, chcielibyśmy utrzymać rentowność dodatnią, która zagwarantuje nam właściwe źródła finansowania czy pozyskanie kapitału zewnętrznego.

Dla Poczty Polskiej kluczowe są kwestie jakościowe a więc – terminowość doręczeń, utrzymanie właściwej sieci placówek oraz poprawa obsługi i bezpieczeństwa funkcjonowania sieci.

Podstawowe cele finansowe zdefiniowaliśmy w postaci czterech wskaźników typowych dla spółek giełdowych: ROE netto, czyli wskaźnik rentowności kapitałów własnych Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej na poziomie 10% w 2017 roku, rentowność brutto Poczty Polskiej na poziomie 4%, dochodowość sieci placówek Poczty Polskiej na poziomie 30 tysięcy złotych oraz dochód na pracownika Poczty Polskiej w kwocie 3 tysięcy złotych – także w 2017 roku.

Jak państwo widzicie, w 2012 roku zasadniczo poprawiliśmy wszystkie wyżej wymienione wskaźniki, jednocześnie bardzo mocno akcentując kwestie związane z restrukturyzacją zatrudnienia. Innymi słowy, przeznaczyliśmy również stosowne pieniądze na rozwój naszych pracowników.

Członek Zarządu Poczta Polska SA Janusz Wojtas:

Efekty, proszę państwa – półtora roku temu w kierunkach strategicznych określiliśmy cele, które chcemy zrealizować. Teraz przychodzi czas rozliczania się z tych deklaracji i czas realizacji.

Jednym z priorytetów, które określiliśmy w strategii, był wzrost konkurencyjności na rynku klientów biznesowych. Cel ten został zrealizowany. Zahamowaliśmy proces utraty klientów korporacyjnych, biznesowych, pozyskaliśmy nowych klientów. Odzyskaliśmy także część utraconych kontraktów, o czym między innymi świadczą przetargi przeprowadzane w oparciu o ustawę o zamówieniach publicznych czy w ramach Kodeksu cywilnego, wygrane przez Pocztę Polską. Stało się tak pomimo uwolnienie rynku, ponieważ przetargi dotyczyły roku bieżącego, który przewiduje likwidację obszaru zastrzeżonego.

Zmieniliśmy również podejście do klientów biznesowych, z podejścia transakcyjnego przeszliśmy na podejście w zakresie pokrywania całego obszaru potrzeb klientów.

Drugim kolejnym kryterium, które określiliśmy półtora roku temu, była poprawa jakości świadczonych usług wyrażająca się terminowością doręczeń przesyłek. Cel ten został zrealizowany. Nastąpiła istotna poprawa, potwierdzona także przez Urząd Komunikacji Elektronicznej, spełniamy wszystkie normy wynikające z rozporządzenia. Dotyczy to między innymi terminowości doręczeń paczek ekonomicznych, która sięga 98-100%.

Na czterech kolejnych celach strategicznych chciałbym się skoncentrować trochę mocniej a mianowicie na nowym modelu sieci placówek pocztowych i jednolitym systemie identyfikacji wizualnej, na Grupie Kapitałowej Poczty Polskiej i nowym modelu sprzedaży produktów finalnych, na rozwoju działalności w obszarze paczkowym oraz na obszarze e-usług.

Priorytetem jest nowy model sieci, nowy model placówki pocztowej. Oczywiście, w tym modelu nie jest istotna tylko sama placówka czyli jej wygląd, lokalizacja, godziny otwarcia i oferta handlowa. Istotny jest również cały szereg elementów, które mają wpływ na jakość obsługi klientów.

Zadaliśmy sobie pytanie, czy w przyszłości placówka pocztowa ma sens. Odpowiedzieliśmy „tak”, ale uważamy, że zmienia ona swoją rolę – z punktu nadawczo-odbiorczego na centrum pocztowo- finansowe, gdzie klienci i pracownicy będą czuć się dobrze.

Tak powstała nowa modelowa placówka pocztowa bez tradycyjnych okienek i szyb, gdzie kontakt między pracownikiem a klientem jest bardziej przyjazny. Stanowiska są ustanowione w ramach stref pocztowych i miejscowości. Między innymi jest 24-godzinna Strefa Samoobsługowa, gdzie są zainstalowane urządzenia nadawcze i odbiorcze. Jest także wydzielona Strefa Bankowo-Ubezpieczeniowa. W części placówek jest również wyodrębniona Strefa Obsługi Klientów Umownych.

Aktualnie otworzyliśmy w Warszawie trzy placówki pocztowe nowego typu. Jako pierwsza otwarta została placówka przy ulicy Kazimierzowskiej, druga – największa na Pradze – na Placu Szembeka i najmniejsza z nich – w Alejach Niepodległości. Na slajdzie pokazujemy zdjęcia tych trzech placówek pocztowych nowego typu. To nie są slajdy, ale zdjęcia placówki przy ulicy Kazimierzowskiej. Sądzimy, że nowa placówka jest bardziej funkcjonalna i przyjazna dla klientów, ale również dla pracowników. Spełnia bardziej rolę centrum pocztowo-finansowego a nie punktu nadawczo-odbiorczego. Wyrażam nadzieję, że z punktu widzenia klienta będzie traktowana jako moja poczta, do której przychodzę, bo chcę a nie przychodzę, bo muszę.

Jeśli chodzi o sieć sprzedaży Poczty Polskiej i plany na 2013 rok i na kolejne lata – założyliśmy, że w bieżącym roku otworzymy minimum 50 nowych placówek pocztowych, nie mniej jednak będziemy chcieli podwoić tę liczbę. Dodatkowo 150 placówek będzie poddanych remontowi w ramach nowej identyfikacji wizualnej. W roku bieżącym i przyszłym dodatkowo będzie otwartych 640 pocztowych stref finansowych i 360 mikrooddziałów Banku Pocztowego, połowa z nich w roku bieżącym, druga połowa w roku przyszłym. Również do końca 2014 roku, znów mniej więcej po połowie, będziemy mieli 200 samoobsługowych stref handlu i minimum około pięćdziesięciu 24-godzinnych stref samoobsługowych. Na wdrożenie nowego modelu sieci sprzedaży Poczty Polskiej zaplanowaliśmy do 2017 roku nakłady inwestycyjne w kwocie 190 mln zł.

W placówkach nowego typu pojawiła się też nowa identyfikacja wizualna Poczty Polskiej. Proces zmian zachodzących w Poczcie Polskiej musi również dotyczyć jej wizerunku. Nie przeprowadzamy procesu zmian polegający na wymianie starych szat na nowe. Nowa identyfikacja dotyczy realnych zmian, które się dokonały i które się dokonują w Poczcie Polskiej. Data rozpoczęcia przekształceń nie jest przypadkowa, dokonane zostały zmiany organizacyjne, wprowadzono nowe rozwiązania produktowe. Dopiero w momencie otwarcia pierwszej nowej placówki pocztowej, placówki nowego typu, pokazaliśmy inną pocztę. Pocztę bez barier i przysłowiowych szyb. Bardziej placówkę biznesową niż urząd, w której klient decyduje o tym kiedy i z jakich usług chce korzystać.

Nowe barwy Poczty Polskiej biało-czerwono-żółte , to połączenie wyraźnej zmiany i kilkusetletniej tradycji. Wracamy do korzeni. Poczta Polska od początku swego istnienia, to jest od 1558 roku, zawsze była w barwach czerwonych, białych i żółtych. Wybór nowego logotypu poprzedzony był licznymi badaniami marketingowymi – ilościowymi i jakościowymi. Celem zmiany było uzyskanie takiego logotypu, który miałby charakter świeży, wyrazisty i dynamiczny. Badania wykazały, że nowy znak Poczty Polskiej jest czytelny i zauważalny w przestrzeni publicznej i że jest to rozwiązanie nowoczesne pod względem formy graficznej.

Nowa identyfikacja wizualna podkreśla również narodowy charakter operatora pocztowego: jesteśmy Pocztą Polską. Nowa identyfikacja wizualna wyraźnie ma nawiązywać do tego elementu. Inspiracją były również doświadczenia operatorów zagranicznych. Zmiana logo czy zmiana wizerunku nie jest czymś niezwykłym. Niektóre poczty w ostatnim czasie kilkakrotnie dokonywały takich zmian, między innymi Deutsche Post czy poczta belgijska. Nowe logo ma być widocznym symbolem zmian, które dokonują się w Poczcie Polskiej, dlatego w pierwszej kolejności jest instalowane w placówkach nowego typu oraz w około 150 placówkach obecnej sieci pocztowej. Wprowadzenie nowego logo Poczty Polskiej będzie się odbywało stopniowo metodą strumieniową.

Nowa placówka pocztowa, nowa identyfikacja wizualna Poczty Polskiej, ale też nowy sposób komunikowania się z klientami w Internecie; mamy zatem nową stronę internetową www.poczta-polska.pl. Zakończył się pierwszy etap tworzenia nowego portalu pocztowego przyjaznego klientom. Strona sprzedażowo-informacyjna jest prosta, czytelna,

ma przejrzysty układ. Łatwy jest dostęp do informacji i usług. Strona jest dostosowana do użytkowania przez osoby niedowidzące, a tekst jest wysoko kontrastowy.

Jak wspominałem, trzecim priorytetem jest nowy model sieci sprzedaży i identyfikacja wizualna. Czwartym priorytetem określonym w kierunkach strategicznych, to Grupa Kapitałowa Poczty Polskiej i wykorzystanie elementu synergii tej Grupy, szczególnie w obszarze usług finansowych i pocztowo-finansowych. Jak wspomniał pan prezes Mariusz Zarzycki, Grupa Kapitałowa Poczty Polskiej, to również Bank Pocztowy, to firma ubezpieczeniowa, to fundusz emerytalny, usługi finansowe oraz firma działająca w obszarze usług elektronicznych. Wsparciem Grupy są spółki POST-TEL i POSTDATA.

Generalnie różne są modele biznesowe operatorów pocztowych i występują w różnych obszarach. Operatorzy pocztowi z północy Europy albo koncentrują się na usługach paczkowo-logistycznych, albo na usługach uniwersalnych. Operatorzy uniwersalni w dużym stopniu świadczą usługi finansowe, są to głównie operatorzy z południa Europy. Po części jest to związane między innymi z wielkością terytorium oraz wielkością populacji i gęstością zaludnienia. My stawiamy na model uniwersalny. Dlatego usługi finansowe są istotnym elementem naszej strategii.

Podstawowym aktywem w Grupie Kapitałowej Poczty Polskiej jest Bank Pocztowy i to zarówno z punktu wartości dla Poczty Polskiej, jak też z punktu widzenia filozofii prowadzenia biznesu przez Pocztę Polską czy przez całą Grupę Kapitałową Poczty Polskiej. Wpisuje się to w strategię budowania relacji z klientami.

Co realizujemy i co już zrealizowaliśmy? Przede wszystkim realizujemy wspólne plany i cele biznesowe. Ujednolicona została wspólna polityka zarządzania siecią sprzedaży. Realizujemy wspólne przedsięwzięcia produktowe oraz wspólną politykę marketingową. Między innymi są to rachunki „zero" i akcja „ubankowienia" emerytów. Wspólnie przeprowadzamy restrukturyzację sieci sprzedaży produktów pocztowo-finansowych. Jak wspominałem, rozwijamy dedykowaną sieć 640 pocztowych stref finansowych i 360 mikrooddziałów. Sieć ta wsparta jest siecią pośrednią Poczty Polskiej oraz mobilną siecią sprzedaży przez listonoszy.

Nastąpiły również zmiany organizacyjne w samej Poczcie Polskiej polegające na wyodrębnieniu pionu usług finansowych odpowiedzialnego za wspólną politykę zarządzania siecią sprzedaży w ramach całej Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej.

Wartość Banku Pocztowego dla Grupy Kapitałowej, to nie tylko wynik finansowy generowany przez bank przez tak zwane wolne przepływy pieniężne przynależne Poczcie. To również strumień dochodów generowanych z tytułu prowizji egzekucyjnych. To również lepsze wykorzystanie infrastruktury pocztowej a przez to obniżenie kosztów funkcjonowania sieci pocztowej. To również wartość ze sprzedaży wiązanej.

Po drugie – wartość Banku Pocztowego dla Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej to również wartość wynikająca z budowania trwałych relacji z klientami, tworzenia rozwiązań pakietowych. Dzięki temu lepiej jest rozpoznawana zarówno marka Poczty Polskiej, jak i marka Banku Pocztowego.

Wszystkie wymienione elementy były brane pod uwagę przy formułowaniu strategii Poczty Polskiej wobec Banku Pocztowego, ale również wobec oferty banku PKO Bank Polski, która była przedstawiana Poczcie Polskiej. Analizowaliśmy cztery warianty a mianowicie ofertę banku PKO BP, drugi wariant, kiedy Bank Pocztowy jest rozwijany w ramach Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej z jednoczesnym zwiększaniem kapitału Banku Pocztowego. Trzeci był wariant rozwoju Banku Pocztowego pod kontrolą Poczty Polskiej, ale w sposób organiczny, bez możliwości zwiększenia kapitału. Jako czwarty rozpatrywany był także wariant „Otwartej platformy", kiedy rozwój Banku Pocztowego następuje pod kontrolą Poczty przy współpracy z partnerami produktowymi i z innymi bankami.

Wyniki potwierdzone we współpracy z renomowanym doradcą są jednoznaczne. Kluczowym elementem budowy wartości Banku Pocztowego jest zachowanie kontroli nad jego strategią i działalnością przez Pocztę Polską. Tylko to gwarantuje najlepsze czy optymalne wykorzystanie potencjału sieci pocztowej, siły marki oraz potencjału klientów poczty. Na slajdzie prezentowanym państwu nie pokazujemy wartości w wymiarze finansowym, ale zachowane zostały proporcje pomiędzy poszczególnymi wariantami.

Podsumowując; Bank Pocztowy jest istotnym elementem strategii Poczty Polskiej zarówno z perspektywy samej Poczty Polskiej a także, naszym zdaniem, również Skarbu Państwa oraz całego systemu finansowego. Z punktu widzenia Poczty Polskiej wariant ten wpisuje się w model operacyjny uniwersalnej sieci sprzedaży, generowania dochodów i budowania trwałych relacji z klientami, jak również oferowania im globalnej oferty.

Z perspektywy Skarbu Państwa, również przy aktualnej strukturze własnościowej, każdy klient Banku Pocztowego jest co najmniej dwukrotnie więcej wart dla Skarbu Państwa aniżeli w innej strukturze kapitałowej. Jest to istotne również z uwagi na zapewnienie stabilności krajowej sieci pocztowej kompensującej wpływ deregulacji i zapotrzebowania na zewnętrzne finansowanie.

Ważnym elementem jest także zarządzanie aspektem społecznym restrukturyzacji Poczty Polskiej. Chodzi o ochronę zatrudnienia na terenach wiejskich. Nowy model sprzedaży produktów finansowych umożliwia uproszczenie i rozszerzenie dostępu do usług świadczonych przez instytucje państwowe oraz w przyszłości rozwiązań typu *e-government* oraz w kolejności do usług świadczonych ze zintegrowanymi systemami bankowymi.

Nowy model sprzedaży produktów finansowych jest także korzystny z punktu widzenia systemu finansowego. Uważamy, że pozostawienie Banku Pocztowego w strukturach Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej może wpłynąć na przyspieszenie tempa „ubankowienia" społeczeństwa przez wykorzystanie rozległej sieci pocztowej oraz zaufanej marki Poczty Polskiej. Klient Poczty Polskiej jest naturalnym klientem Banku Pocztowego. Może również przyczynić się do eliminacji szarej strefy pocztowej poprzez zapewnienie bezpiecznej i kontrolowanej alternatywy dla klientów parabanków, co wpływa na bezpieczeństwo obrotu gospodarczego.

Prezes Zarządu Poczta Polska SA Jerzy Jóźkowiak:

Z pewnością państwo śledzą dyskusję, jaka toczy się pomiędzy Pocztą Polską a PKO Bank Polski dotyczącą Banku Pocztowego. Za chwilę będą o tym mówili koledzy z Banku Pocztowego dokonując prezentacji tego banku. Ja natomiast chciałbym państwa poinformować, że Poczta Polska złożyła propozycję odkupienia całości pakietu akcji będących w dyspozycji PKO BP. Mamy nadzieję, że propozycja zostanie przyjęta ze zrozumieniem, bo czas najwyższy, aby zostały uporządkowane relacje z Bankiem Pocztowym.

Ze swojej strony zaoferowaliśmy szeroką współpracę pomiędzy Pocztą Polską a PKO Bank Polski w kwestiach związanych z logistyką gotówki, wykorzystania naszej sieci, naszych placówek pocztowych a także w oferowaniu produktów bankowych, których w swojej ofercie nie ma Bank Pocztowy a które posiada bank PKO BP.

Ze swojej strony chcę podkreślić jedną bardzo ważną rzecz, a mianowicie fakt, że dzisiaj Poczta Polska jest w takiej kondycji finansowej, że stać ją na dokapitalizowanie Banku Pocztowego. Jak państwo patrzą z perspektywy wyników finansowych i osiągniętych wielkości świadczonych usług, to udział Banku Pocztowego w dochodach Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej w roku 2017 rośnie do 70%. Tak więc z punktu widzenia wartości i kreowania wartości, jak również pełnej synergii między Bankiem Pocztowym a Pocztą Polską, wartość może być zbudowana tylko i wyłącznie w takim aliansie. Do tej kwestii odniesiemy się również później i pod koniec prezentacji pan prezes Mariusz Zarzycki pokaże państwu w jaki sposób chcemy modernizować Pocztę Polską, jakie nakłady będą wydatkowane i na jakie obszary naszej działalności.

To, co się dzisiaj dzieje w spółce, dzieje się bez żadnego uszczerbku dla rozwoju usług pocztowych. Jak mówił pan prezes Janusz Wojtas, poczta będzie się zmieniała na kształt i podobieństwo większości poczt europejskich. Będzie to nowoczesna placówka oferująca usługi pocztowe, finansowe i ubezpieczeniowe a także wiele innych usług, o których również myślimy. Mając szeroką sieć sprzedaży i duże zatrudnienie, musimy też myśleć perspektywicznie, aby te osoby zatrzymać w firmie jak najdłużej i aby warunki pracy tych osób były jak najbardziej korzystne. To też jest jeden z bardzo istotnych elementów strategii Poczty Polskiej.

Dzisiaj rozmawiamy o sprawach, które są super istotne z punktu widzenia Poczty Polskiej, z punktu widzenia Skarbu Państwa. Ale tak naprawdę poczta, to są ludzie,

pracownicy Poczty Polskiej związani z firmą przez kilkadziesiąt lat. Chyba nie ma takiej drugiej firmy w Polsce, w której średnia pracy na jednym stanowisku wynosi dwadzieścia kilka lat i w której jest tak mocne przywiązanie do firmy, do jej marki.

Z drugiej strony mogę powiedzieć, że jestem bardzo szczęśliwy z tego, że szefuję firmie, która w tym roku świętuje 455. rocznicę swojego istnienia. Nie ma takiej drugiej firmy na polskim rynku. Proszę państwa, my już jesteśmy po maturze a inne firmy są na etapie przedszkola albo wieku szkolnego.

Przekazuję głos kolegom, bardzo proszę.

Członek Zarządu Poczta Polska SA Janusz Wojtas:

Kolejnym priorytetem określonym w strategii Poczty Polskiej jest nowa oferta produktowa, szczególnie w obszarze paczkowym. Chodziło o wykorzystanie szans, które stwarza rozwój handlu internetowego. Co już zrobiliśmy? Kompleksowo przebudowaliśmy usługę kurierską i naszego kuriera, firmę Pocztex od strony cenowej, technologicznej i produktowej. Efekty? W IV kwartale osiągnęliśmy wzrost wolumenów na poziomie 34% w stosunku do analogicznego okresu 2011 roku. Był to pod tym względem najlepszy kwartał w historii Pocztexu. Również w I kwartale tego roku obserwujemy tendencje wzrostowe, w pierwszych miesiącach wzrost wolumenu do analogicznego okresu roku ubiegłego był ponad 70-procentowy.

Na początku ubiegłego roku została wprowadzona nowa usługa pocztowa – przesyłka biznesowa, jej modyfikacji dokonano na przełomie trzeciego i czwartego kwartału ubiegłego roku. Jest to elastyczna oferta dla klientów biznesowych przez dopasowanie opcji usługi do klienta. Uzyskane efekty sprzedaży były podobne do tych, o których mówiłem, nastąpił wzrost wolumenów o 58% i przychodów o 53%. Również w styczniu 2012 roku wprowadziliśmy nową usługę paczkową w formie przesyłki gabarytowej. Nowością jest to, iż w cenie zakupu opakowania zawarta została opłata za przesyłkę, mamy pięć rodzajów opakowań z materiałów ekologicznych. Prosta forma nadania takiej paczki spotkała się z dobrym przyjęciem klientów indywidualnych.

Wiele nowych rozwiązań przyjętych na rynku paczkowo-kurierskim związanych jest z elektronizacją procesów i systemową obsługą klienta w całym procesie logistycznym. Zakończyliśmy wdrażanie usługi Elektroniczny Nadawca dla klienta biznesowego. Natomiast z początkiem kwietnia wdrożyliśmy podobną usługę dla klienta indywidualnego. Jeśli zatem idzie o klienta indywidualnego i obszar paczkowy, usprawnionych zostało wiele czynności nadawania przesyłek w formule internetowej.

W grudniu 2012 roku nastąpiło także ubezpieczenie przesyłek Pocztexu dla klientów biznesowych do 1000 złotych w cenie usługi. W najbliższym czasie będziemy rozszerzać ubezpieczenie przesyłek Pocztexu na kolejne grupy klientów. W II kwartale tego roku chcemy wdrożyć nowy produkt usługi pocztowej, mianowicie „Ekstra paczkę". Poczta Polska wykorzystuje synergię transportu pocztowego, wprowadzając ofertę logistyczną w formie przesyłki paletowej. Oferta ta jest uzupełnieniem całego obszaru paczkowego z wykorzystaniem infrastruktury logistycznej. W 2012 roku przychody z przesyłki paletowej wzrosły prawie trzykrotnie w stosunku do 2011 roku.

Kolejnym priorytetem Poczty Polskiej są e-usługi pocztowe. Poczta Polska w dobie Internetu, cyfryzacji i zmiany zachowań konsumentów, musi na nowo zdefiniować swoje miejsce na rynku pocztowym, aby dokonujące się zmiany technologiczne nie okazały się dla nas falą tsunami, ale bardziej były błękitnym oceanem, który daje nowe możliwości rozwoju Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej. Odpowiedzią na nowe wyzwania jest mocne wejście w obszar e-usług, jako alternatywa i uzupełnienie tradycyjnych usług pocztowych.

W 2012 roku podjęliśmy decyzję o uruchomieniu pionu e-usługowego i powołaniu spółki-córki Usługi Cyfrowe ze 100-procentowym udziałem Poczty Polskiej. Spółka odpowiedzialna jest za przygotowanie projektu elektronicznego i zdalnego dostępu do usług pocztowych. Mamy cztery podstawowe filary produktowe spółki Usługi Cyfrowe. Pierwszy to korespondencja elektroniczna w formie e-listu i e-znaczka pocztowego, drugi – to przesyłka hybrydowa, będą połączeniem tradycyjnego listu z e-mailem czy z e-kartką. Kolejny filar to wirtualizacja dokumentów, czyli zastąpienie dokumentu papierowego

dokumentem elektronicznie dostarczonym do klientów. Czwartym filarem są usługi związane między innymi z archiwizacją, z obszarem marketingu i płatnościami.

Filarem, który ma to spinać, są usługi na styku obywatel – administracja rządowa czy samorządowa, świadczone w ramach usługi *e-government*. Co już zrealizowaliśmy? W styczniu uruchomiliśmy pierwsze produkty spółki Poczta Polska Usługi Cyfrowe. Produkt był stosunkowo prosty, ale znamienny z punktu widzenia odbioru społecznego. W ramach łączenia pokoleń w styczniu br. wprowadziliśmy e-kartkę. Młodsze pokolenie wysyła e-kartkę a starsze pokolenie otrzymuje wydrukowaną kartkę dostarczoną przez listonosza.

Przed wakacjami wprowadzamy urządzenia mobilne umożliwiające wysyłanie indywidualnie e-kartki będące zdjęciem z wakacji w formie widokówki. W ciągu najbliższych sześciu miesięcy wprowadzimy dwa kolejne produkty a mianowicie e-list oraz e-znaczek, które dają możliwość opłacenia korespondencji przez indywidualnego klienta. W ten sposób chcemy zastąpić opłatę pocztową w formie znaczka, możliwością wydrukowania w Internecie e-znaczka i nadania przesyłki.

Co zrealizowaliśmy jeszcze w roku ubiegłym? Wprowadziliśmy przesyłkę hybrydową dla klientów biznesowych a także dla klienta masowego. Wprowadzamy elektroniczne potwierdzenie odbioru, tak zwane EPO. Rozwiązanie to daje Zakładowi Ubezpieczeń Społecznych szybką informację zwrotną o dokonanym odbiorze emerytury. Poczta chce podobne rozwiązanie realizować we współpracy z Ministerstwem Sprawiedliwości a także zaproponować je klientom biznesowym.

Wdrożono także projekt „Elektroniczny nadawca", będący internetową aplikacją do nadawania przesyłek krajowych i zagranicznych przez klienta biznesowego i indywidualnego. Wdrożyliśmy również internetowy przekaz pocztowy on-line, dający możliwość nadania przekazu pocztowego nie tylko w placówce pocztowej i otrzymania wypłaty w innej placówce pocztowej, ale także zlecenia w Internecie wypłaty określonej kwoty wraz z możliwością odebrania już po dziesięciu minutach gotówki przez obywateli w dowolnym miejscu w kraju.

Zmodyfikowaliśmy także sklep internetowy w ramach wprowadzania strefy klientów umownych i uzupełnienia asortymentu, dotychczas był to sklepem filatelistycznym, teraz jest to punkt zakupów towarów handlowych.

Istotnym elementem działań w obszarze e-usług są usługi na styku obywatel – administracja rządowa czy samorządowa. Dokonując zmian będziemy chcieli w pierwszej kolejności wprowadzić w placówkach pocztowych potwierdzenie profilu zaufanego oraz usługi związane z rejestracją działalności gospodarczej oraz zarządzanie wpisem *on-line*. Kolejnym przedsięwzięciem świadczącym nie tylko o współpracy na polu korporacyjnym, będzie wydawanie w placówkach pocztowych zaświadczeń dla klientów w celu przedłożenia w banku. Jeśli chodzi o trzy pierwsze projekty, spodziewamy się, że na przełomie II i III kwartału tego roku będą wdrażane w życie.

W kolejnym etapie restrukturyzacji Poczty Polskiej chcielibyśmy, aby w placówkach pocztowych był możliwy dostęp do danych zawartych w rejestrach. Wpisuje się to w nową rolę Poczty Polskiej, nie tylko jako operatora pocztowego i firmy komercyjnej, ale także firmy spełniającej misję cywilizacyjną na rynku usług pocztowych.

Wiceprezes Zarządu Poczta Polska SA Mariusz Zarzycki:

Proszę państwa, rozwój firmy i jej restrukturyzacja, to również inwestowanie zarówno w nowe środki trwałe oraz inwestowanie w odtworzenie zdekapitalizowanego majątku. Dokonane przez nas szczegółowe analizy związane z zarządzaniem strategicznym wykazują, że możliwości finansowe Poczty Polskiej w zakresie inwestowania sięgają w latach 2013-2017 jednego miliarda trzystu milionów złotych. Do 85% inwestycje mogą być sfinansowane ze środków własnych. Generalnie Poczta Polska ma i będzie miała pieniądze na inwestycje.

W co będziemy inwestowali? Oczywiście, inwestycje muszą być spójne ze strategią. W związku z tym inwestycje są podyktowane przez strategię rozwoju Poczty Polskiej i dotyczą kilku obszarów. W pierwszym rzędzie będziemy inwestować w rozbudowę pocztowego systemu logistycznego, czyli WER-ów – Węzłów Ekspedycyjno-Rozdzielczych

i centrów dystrybucyjnych. Będziemy również inwestowali w daleko idące „umaszynowienie" sortowni WER, również w obszarze listowym, ponieważ ma to sens ekonomiczny. Oczywiście, będziemy inwestowali w informatykę a więc zarówno w e-usługi, o których mówił pan prezes Wojtas, ale również w normalne odtwarzanie i budowanie infrastruktury informatycznej właściwej dla nowoczesnej organizacji, jaką musi być Poczta Polska.

Będziemy inwestowali również w transport. Wymieniamy całą flotę samochodów, dokonujemy również restrukturyzacji sieci stacji serwisowych, aby były one zlokalizowane w miejscach, w których będziemy koncentrowali flotę samochodową. Oczywiście, będziemy również inwestowali w nowy model placówek pocztowych. Będziemy inwestowali w 24-godzinne strefy samoobsługowe, w pocztowe strefy finansowe oraz w samoobsługowe strefy handlowe. To wszystko są obszary, które nie tylko zostały zarysowane w strategii rozwoju Poczty Polskiej, ale obecnie zostały również przygotowane i przetestowane losowo i w których prace są już daleko zaawansowane.

Panowie prezesi już mówili, że będziemy inwestowali również w Grupę Kapitałową Poczty Polskiej, w Bank Pocztowy, ale również w inne podmioty tej Grupy.

W latach 2011 i 2012 pracowaliśmy nad budową systemu, nad koncepcją i filozofią inwestowania w Pocztę Polską, która jest rodem z korporacji a niekoniecznie – z instytucji budżetowej. W związku z tym odeszliśmy od czegoś takiego, jak inwestowanie w perspektywie rocznej. Nie plan inwestycyjny jest dominujący, ale takie elementy jak *biznesdate*, czyli uzasadnienie ekonomiczne. Istotne jest przygotowanie inwestycji. To, co może się zdarzyć najgorszego, to podjęcie inwestycji nieprzygotowanej, która potem realizowana jest przez wiele lat, nie przynosząc efektów.

W 2012 roku, w oparciu o działania podjęte w 2011 roku, przygotowaliśmy strategię cząstkową, aby zapewnić płynność procesu inwestowania w poszczególnych obszarach działalności Poczty Polskiej. Mówiłem już o optymalizacji procesów inwestycyjnych. Odeszliśmy też od rocznej perspektywy planowania inwestycji. O tym nie decyduje budżet i środki inwestycyjne nie przepadają wraz z zakończeniem roku obrotowego. Inwestowanie ma sens nawet wtedy, kiedy inwestycja zostanie z jakiś przyczyn opóźniona. Przecież taka sytuacja może się zdarzyć.

Co ewidentnie utrudnia proces inwestowania, to oczywiście funkcjonowanie zgodnie z prawem o zamówieniach publicznych, które wydłuża procedury przetargowe. Często wielokrotne protesty oferentów niezadowolonych z tego, że nie oni zostali wybrani, powoduje, że wraca się do punktu wyjścia.

Pokazaliśmy państwu, że mamy pieniądze na inwestycje i, że te pieniądze są do wydania. To co stało się w 2012 roku, to zaawansowanie procesów inwestycyjnych. Powoduje to, że w roku bieżącym 50% naszego budżetu inwestycyjnego jest już w tej chwili obłożone kontraktami. Inaczej mówiąc, mamy już projekty zakontraktowane, niektóre z nich są już realizowane. Dlatego jesteśmy raczej spokojni o to, że plan inwestycyjny na 2013 rok obejmujący ponad 300 mln zł (dokładnie 343 miliony złotych) będzie zrealizowany. Obserwujemy bacznie realizację inwestycji w roku bieżącym i po pierwszym kwartale możemy stwierdzić, że w zasadzie mamy 100-procentową realizację założonego planu inwestycyjnego. Jak wcześniej powiedziałem, plan ten jest ekonomicznie uzasadniony i również jest uzasadniony strategicznie. Inwestujemy bowiem w obszary, które są spójne ze strategią Poczty Polskiej.

Prezes Zarządu Poczta Polska SA Jerzy Jóźkowiak:

Dziękuję bardzo. Jeżeli pan przewodniczący by pozwolił, to moglibyśmy oddać głos przedstawicielom Banku Pocztowego, panu prezesowi Bogusowi i panu prezesowi Miderze, którzy powiedzieliby dwa słowa o tym jak z drugiej strony wygląda perspektywa usług bankowych. Czy jeszcze jest taka możliwość?

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Oczywiście, zapowiedzieliśmy to przecież na początku posiedzenia. Co prawda czas przeznaczony na prezentację Poczty Polskiej w jakiś sposób wpłynie na prezentację Banku Pocztowego. Ale to jeszcze zobaczymy, proszę bardzo.

Prezes Zarządu Banku Pocztowego SA Tomasz Bogus:

Dziękuję bardzo. Dzień dobry, witam państwa. Proszę państwa, sporo już zostało dzisiaj powiedziane na temat zmian w Poczcie Polskiej i w Grupie Kapitałowej Poczty Polskiej. Cieszymy się, że Bank Pocztowy może uczestniczyć w procesie zmian w całej Grupie Kapitałowej Poczty Polskiej. Nie byłoby to możliwe, gdyby nie zmiany zachodzące również w Banku Pocztowym.

Trzy lata temu, a więc w roku 2011, miałem przyjemność dokonania dokładnie w tej sali prezentacji strategii zmian w Banku Pocztowym i tego co chcemy zrobić w najbliższym okresie. Dzisiaj chciałbym krótko rozliczyć się z tych planów i pokazać co zostało zrobione przez trzy lata i w jakim zakresie…

Poseł Anna Paluch (PiS):

Panie przewodniczący, sam pan daje zły przykład, nie słyszymy referenta.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Proszę mówić dalej; my słyszymy.

Prezes Zarządu Banku Pocztowego SA Tomasz Bogus:

Powiem jak bank się rozwija w ramach Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej. Króciutko powiem także, co zamierzamy zarobić w przyszłości, jaki jest dzisiaj model banku i jaki będzie w przyszłości.

Proszę państwa, wszyscy wiemy jaka jest aktualna struktura akcjonariatu Banku Pocztowego SA; 75% minus 10 akcji posiada Poczta Polska a 25% plus 10 akcji – PKO Bank Polski. Na ten temat zostało już dzisiaj sporo powiedziane. Najważniejsze jest to, żebyśmy w końcu doszli do porozumienia w jaki sposób możemy nasz bank dokapitalizować i go rozwijać. Za chwilę przedstawimy jak to wygląda z punktu widzenia strategii rozwoju Banku Pocztowego SA.

Zmiany strategiczne w Banku Pocztowym rozpoczynaliśmy w 2010 roku. Wtedy bank był jeszcze instytucją o charakterze bardziej rozliczeniowym niż bankiem opartym o współpracę z klientem. Rzeczywiste zmiany zaczęliśmy wdrażać na przełomie lat 2009/2010. Kiedy prezentowaliśmy państwu naszą strategię mieliśmy około 800 tysięcy klientów. Dzisiaj, po trzech latach zmian, mamy ich ponad jeden milion trzysta tysięcy. Do końca 2015 roku chcielibyśmy mieć trzy miliony klientów. Ale już dzisiaj możemy powiedzieć, że w tym roku zrealizujemy nasz podstawowy cel i osiągniemy liczbę półtora miliona klientów. Tyle zaplanowaliśmy osiągnąć trzy lata temu.

Oznacza to tylko tyle, że Bank Pocztowy zmienił się z instytucji o charakterze rozliczeniowym, która przede wszystkim rozliczała przepływ świadczeń pomiędzy Zakładem Ubezpieczeń Społecznych a beneficjentami tych świadczeń oraz rozliczała przepływy pieniężne Poczty Polskiej, w bank o charakterze detalicznym. Dzisiaj nasz bank współpracuje i rozwija się przede wszystkim z klientami detalicznymi Polski regionalnej.

Krótko o tym, jak zmiana klientów przekładała się na wyniki finansowe w ostatnich trzech latach. Notujemy wzrost sumy bilansowej z 3 mld 881 mln zł w 2009 roku do ponad 7 mld zł w 2012 roku. W tym samym czasie kredyty brutto wzrosły z 1 mld 844 mln zł do 4 mld 710 mln zł, średniorocznie rozwijaliśmy się w tempie 37%, a więc znacznie szybciej niż cały rynek bankowy w Polsce. Po stronie depozytowej wzrost był średniorocznie ponad 25% – z ponad 3 miliardów złotych do ponad 6 miliardów złotych na koniec 2012 roku.

Oczywiście, wzrost liczby klientów i sumy bilansowej przekłada się na wyniki finansowe i wskaźniki rentowności banku. W 2009 roku zysk netto wyniósł niecałe 6 mln zł, a w 2012 roku ponad 45 mln zł. Istotna była również poprawa rentowności – z ponad 2% do ponad 13% w 2012 roku. Nastąpiła także oczywiście poprawa efektywności i spadek wskaźnika kosztów do dochodów – z ponad 80% do ponad 70%.

Proszę państwa, cały czas rozwijamy się w oparciu o współpracę z infrastrukturą Poczty Polskiej. Co nas najbardziej cieszyło w ostatnich latach? Proszę zwrócić uwagę na fakt, że spadają tradycyjne usługi nie tylko pocztowe, ale także tradycyjne usługi finansowe, które świadczy Poczta Polska. Mówię o wpłatach i wypłatach a więc o tym, co realizujemy w placówkach pocztowych. Spadają przede wszystkim dlatego, że klienci tradycyjnych usług finansowych zakładają rachunki w bankach, przechodzą do banków

i przestają korzystać z usług pocztowych. Po to, żebyśmy mogli zatrzymać klientów w Grupie Kapitałowej Poczty Polskiej, staramy się ich przejąć i przesunąć do Banku Pocztowego a nie do innego banku. Uważam, że od dwóch lat nam to się udaje. Od ubiegłego roku jesteśmy na drugim miejscu, jeśli chodzi o wzrost liczby nowych klientów. Wyprzedza nas tylko Alior Bank.

Proszę zwrócić uwagę, że jeśli państwo uwzględnią reklamy, które Alior Bank realizował w ostatnim roku, były to reklamy skierowane właśnie do grupy klientów, którzy byli klientami Poczty Polskiej i na poczcie płacili swoje rachunki. Trochę nie mamy wyboru – albo przejmiemy klientów Poczty Polskiej do Banku Pocztowego, albo będą to już klienci innych banków komercyjnych.

Podsumowując rok 2012 a więc trzeci rok realizacji strategii rozwoju Banku Pocztowego SA, wyniki są następujące: ponad 45 mln zł zysku, ponad 13-procentowy wzrost na kapitale, ponad 7 mld zł aktywów i 1 milion 370 tysięcy klientów.

Może jeszcze dwa słowa o modelu biznesowym. Prezentowaliśmy już go państwu i teraz powtarzamy, że spora część operatorów pocztowych buduje usługi finansowe w oparciu o własny bank lub bankową linię biznesową. Przykłady najpoważniejsze i zrealizowane z największym sukcesem, to oczywiście włoska BancoPosta i francuski La Banque Postale. Dość egzotyczny jest przykład Nowej Zelandii, gdzie funkcjonuje Kiwibank o może śmiesznej dla nas nazwie. Ten największy w tym kraju bank detaliczny w pełni stanowi własność poczty. Ostatni przykład, który dobrze znamy, to niemiecki Postbank. Po dziesięciu latach rozwoju Deutsche Post zdecydowało się na sprzedaż tego banku poprzez giełdę do Deutsche Banku.

Proszę państwa. Cały czas rozwijamy się w modelu, który sobie wyznaczyliśmy a ten model biznesowy to jest prosta i dostępna bankowość dedykowana do klientów Polski regionalnej. Nie próbujemy konkurować z innymi bankami o klientów klasy średniej. Uważamy, że infrastruktura Poczty Polskiej i możliwość korzystania z zasobu Poczty Polskiej, predysponuje Bank Pocztowy do tego, aby był bankiem Polski regionalnej. Stąd nasza misja oparta jest o prostą i dostępną bankowość. Stąd też wizja rozwoju banku zmierzająca w kierunku przekształcenia Banku Pocztowego w masowy bank detaliczny. Taki bank będzie się rozwijał w ramach Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej, w oparciu o strategiczne partnerstwo z Pocztą Polską.

Rezultaty pokazane przed chwilą nie byłyby możliwe do osiągnięcia, gdybyśmy nie mieli możliwości współpracy z Pocztą Polską w ramach Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej i możliwości korzystania z jej zasobów, przede wszystkim z sieci placówek pocztowych. To jest dla nas bardzo ważne.

Ten slajd pokazywałem państwu kilka lat temu. Przedstawia on poziom „nieubankowienia” w Polsce, to znaczy jaki procent Polaków nie korzysta jeszcze z usług bankowych. Ciągle jest to ponad 20% a więc ciągle jest to między 6 a 9 milionów klientów, którzy nie mają rachunków bankowych. Korzystając z sieci dystrybucji Poczty Polskiej dedykujemy obecnie swoją ofertę właśnie do tych potencjalnych klientów.

Może jeszcze dwa słowa o tym jaki mamy profil klienta. Stanowi to dowód i potwierdzenie tego, co powiedziałem. Ponad 50% Banku Pocztowego to klienci z miejscowości poniżej 5 tysięcy mieszkańców a ponad 70% to klienci z miejscowości poniżej 50 tysięcy mieszkańców. Tam właśnie, w tych małych miejscowościach, jest Bank Pocztowy i tymi klientami nasz bank buduje swoją wartość. Jeżeli zobaczymy strukturę akwizycji naszych klientów, ponad 27% to klienci, którzy dotychczas nie posiadali rachunków bankowych. Zobaczmy strukturę wiekową naszych klientów. Ponad 40% klientów to osoby poniżej 50 roku życia i prawie 60% to klienci powyżej 50 roku życia.

Jak już mówiłem – najważniejszy zakres współpracy polega na oparciu naszej działalności o sieć dystrybucji Poczty Polskiej. Dzisiaj Bank Pocztowy dysponuje 40 oddziałami i placówkami, do tego dochodzi 206 działających mikrooddziałów. Do końca 2013 roku chcemy mieć 294 mikrooddziały oraz pocztowe strefy finansowe Poczty Polskiej. Łącznie w Grupie Kapitałowej Poczty Polskiej chcemy mieć ponad tysiąc dedykowanych punktów obsługi finansowej klientów.

Naprawdę króciutko powiem jeszcze jakie wyznaczyliśmy sobie cele. Jak już powiedziałem, do 2015 roku chcemy być bankiem, który będzie miał 3 miliony klientów, ban-

kiem Polski regionalnej. Chcemy być bankiem, który jest w stanie realizować rentowny biznes z klientami i osiąga zwrot na kapitale na poziomie co najmniej 14%. Bankiem, który jest bezpieczny czyli przez cały czas zachowuje wymagane przez regulatora – Komisję Nadzoru Finansowego, współczynniki wypłacalności na poziomach wyższych niż 12 i 9%. Oczywiście, chcemy kontynuować strategiczne partnerstwo z Pocztą Polską. Jak dowodzą ostatnie trzy lata, w oparciu o taki model jesteśmy w stanie, a mówię to w imieniu zarządu spółki, jesteśmy w stanie skutecznie rozwijać Bank Pocztowy. Jesteśmy także w stanie, jako Bank Pocztowy, wspierać proces zmian w Poczcie Polskiej, zachowując również wartość w postaci klientów korzystających dzisiaj z tradycyjnych usług pocztowych. To wszystko w ramach Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej.

To tyle z mojej strony w telegraficznym skrócie. Jeżeli będą pytania do mnie czy do pana prezesa Midery, oczywiście bardzo proszę. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Dziękuję bardzo. Rozumiem, pani minister, że prezentacja się skończyła? Podsumowanie może nastąpi już po wypowiedziach pań i panów posłów i, oczywiście, przedstawicieli strony społecznej.

Proszę bardzo; kto z pań i panów posłów chciałby zabrać głos? Proszę bardzo, pan poseł Jacek Tomczak. Zwracam się do przedstawicieli strony społecznej – swoją drogą po prezentacji i po przedstawionych nam informacjach, Komisja byłaby rzeczą ciekawą poznać panów opinie o ogólnej sytuacji Poczty Polskiej i o przyjętej strategii? Zapraszam do zabrania głosu.

Proszę bardzo, na razie pan poseł Jacek Tomczak.

Poseł Jacek Tomczak (PO):

Dziękujemy za prezentację. Mogliśmy zobaczyć bardzo ambitną strategię i kompleksowy pomysł na to, jak zmieniać Pocztę Polską. Wydaje się, że naprawdę jest duża szansa rozwoju na rynku usług pocztowych, które bardzo dynamicznie się zmieniają i które zanikają w swoim tradycyjnym wymiarze. Natomiast pojawia się wiele nowych usług, głównie usług elektronicznych. Do tej pory Poczta Polska w tym segmencie usług w ogóle nie istniała.

Strategia niewątpliwie jest dużą szansą dla Poczty Polskiej. Dużą szansą na to, żeby utrzymać miejsca pracy. Nie jest to przecież tylko pomysł biznesowy. Pamiętajmy o tym, że dzisiaj Poczta Polska to jest około 100 tysięcy miejsc pracy. Sukces strategii jest jednocześnie szansą dla dziesiątek tysięcy polskich rodzin na pracę.

Jak widzimy, bardzo istotnym elementem strategii jest Bank Pocztowy. Zgodnie z założeniami strategii w 2017 roku aż 60% usług świadczonych przez Pocztę Polską to usługi finansowe. Chciałbym w związku z tym zadać pytanie: gdyby na przykład doszło do sytuacji, w której Bank Pocztowy zostałby przejęty przez PKO Bank Polski, jaki miałoby to wpływ na strategię i na prognozy, o których mówił pan prezes Banku Pocztowego? Dzisiaj wydaje się, że mogłoby to oznaczać po prostu katastrofę. Bardzo bym prosił o odpowiedź czy także taki wariant Poczta Polska rozpatrywała i brała pod uwagę?

Chciałem zapytać także jak wygląda program dobrowolnych odejść z firmy. Wiadomo, że restrukturyzacja Poczty Polskiej, to nie tylko nowa strategia i nowy pomysł na rozwój, ale także konieczność poprawienia rentowności. Musi to skutkować restrukturyzacją zatrudnienia w spółce.

W latach poprzednich Poczta Polska przez brak aktywności straciła znaczną część rynku usług kurierskich. Cieszę się, że wreszcie poprzez restrukturyzację Pocztexu, Poczta Polska zamierza odzyskać część segmentu usług kurierskich. Jak dobrze wiemy, Poczta Polska na tym rynku pełni rolę marginalną. Stąd pytanie – w jakim tempie Poczta Polska będzie starała się odzyskać wpływy na tym rynku i będzie zaznaczała swoją obecność na rynku usług kurierskich?

Zdaje się, że ma się pojawić nowa spółka- córka „Poczta Polska – Usługi Cyfrowe". Czy spółka już istnieje w Grupie Kapitałowej Poczty Polskiej, czy też będzie dopiero powołana? I jaka będzie jej rola w całej Grupie?

Chciałem zapytać także o system identyfikacji indywidualnej. Oczywiście, jest on całościowym pomysłem na to, żeby zmienić wizerunkowo Pocztę Polską i pokazać nową jakość. Jakie są szacunkowe koszty zmiany systemu identyfikacji wizualnej i jak będzie wyglądała jego realizacja, w jakim tempie i ile placówek pocztowych zostanie w najbliższym czasie przekształconych wedle nowego pomysłu? Dziękuję.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Dziękuję bardzo. W kolejności najpierw jest pani poseł Anna Paluch, później pan poseł Andrzej Czerwiński, pan poseł Bogdan Rzońca i pan poseł Krzysztof Tchórzewski. Proszę.

Poseł Anna Paluch (PiS):

Mam jedno krótkie pytanie. Niestety, nie mogłam od początku wysłuchać wszystkich prezentacji, gdyż mamy też równolegle inne zajęcia. O jedno chcę zapytać – o sieć placówek pocztowych. Czy obecna sieć jest już w formie przewidzianej docelowo? Czy nadal sieć placówek pocztowych będzie odchudzana? Kwestia ta dwa lata temu wzbudzała bardzo dużo kontrowersji i wiąże się z dostępnością do usług pocztowych. Społeczności lokalne bardzo źle przyjmują likwidację placówek pocztowych. Dlatego chciałabym coś usłyszeć na ten temat. Czy sieć placówek pocztowych będzie jeszcze dalej odchudzana i czy obecna sieć jest docelową? To jest zasadnicza rzecz i wątpliwość jaką mam. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Dziękuję. Pan poseł Andrzej Czerwiński, proszę.

Poseł Andrzej Czerwiński (PO):

Jestem pod wrażeniem profesjonalnie przygotowanej prezentacji. Widzę, że mądrzy ludzie wzięli trudne zadanie w swoje ręce. Rzadko się zdarza na posiedzeniach komisji słuchać czegoś takiego, że „damy sobie radę, wiemy jakie są cele. Mamy środki, mamy finanse”. I tylko gdzieś między wierszami słychać pytanie „czy nam ktoś tego nie rozwali?”.

Dlatego chciałbym zadać pytanie w duchu, w jakim wypowiedział się pan przewodniczący. Czy przedstawiony nam wizerunek firmy jest uzgodniony i przedyskutowany z wszystkimi ludźmi zatrudnionymi w Poczcie Polskiej? Czy jest powszechna zgoda na to, że wszyscy wspólnie, również załoga firmy, utożsamiają się z projektem? Możemy sobie bowiem wyobrazić najlepiej przygotowane miejsce pracy, wymalowane i wyczyszczone, ale usługobiorca zawsze będzie je oceniał przez pryzmat personalny a więc, kto i jak go obsługuje? Czy to jest mina rozkapryszonego, niskopłatnego pracownika, czy też zadowolona twarz człowieka, który inwestuje w swoją przyszłość, który się utożsamia z marką firmy? Przy tym praktycznie nie ma żadnego znaczenia, czy jest to najstarsza firma w Polsce, ponieważ celem każdej firmy jest przyszłość a nie to, co było za plecami.

Stąd proste pytanie; czy wszystko to co dzisiaj usłyszeliśmy jest kompleksową ofertą całej firmy, czy tylko jej zarządu?

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Dziękuję bardzo. Pan poseł Bogdan Rzońca.

Poseł Bogdan Rzońca (PiS):

Panie przewodniczący, pani minister. Chciałem zapytać o stan świadomości ministra i prezesa zarządu Poczty Polskiej dotyczący konkurencji. Krótko mówiąc, pytanie jest takie: jak państwo wyceniacie, na jaką wartość, rynek usług pocztowych w Polsce w 2013 roku? Ilu zarejestrowanych konkurentów oferujących takie produkty, jak Poczta Polska, już obecnie funkcjonuje na rynku polskim? Trzecie pytanie; w którym obszarze państwo najbardziej odczuwacie oddech konkurencji? Gdzie są zagrożenia dla Poczty Polskiej wynikające z tego, że na rynku pojawiła się konkurencja? Wszyscy musimy być świadomi tego, co dzieje się w obszarze konkurencji.

Wreszcie pytanie, które już pobrzmiewało w wypowiedziach. Jak będzie z dostępem do usług pocztowych w mniejszych miejscowościach? Co do tego są ogromne obawy. Czy w procesie restrukturyzacji firmy przewidujecie państwo rozwiązanie *outstandingowe* w zakresie funkcjonowania Poczty Polskiej w przyszłości? Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Dziękuję bardzo. Pan poseł Jerzy Polaczek, proszę.

Poseł Jerzy Polaczek (PiS):

Wcześniej zgłaszali się inni posłowie.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Proszę bardzo.

Poseł Jerzy Polaczek (PiS):

Kilka drobnych kwestii i jedna wyjściowa. Doceniając materiał przedstawiony dzisiaj na posiedzeniu Komisji przez przedstawicieli Poczty Polskiej – zabrakło mi konkluzji ze strony prezesa zarządu tej spółki odnoszącej się do oceny skutków zmian w postaci wprowadzenia nowego prawa pocztowego. Jak państwo ewentualnie identyfikują kwestię będącą jedną z głównych przedmiotów sporu, chodzi o fundusz kompensacyjny? Jakie są państwa prognozy? Powtórzę pytanie, które już zadał pan poseł Bogdan Rzońca, jak identyfikujecie aktywność konkurencji w związku z uwolnieniem od 1 stycznia tego roku rynku pocztowego? I to miałbym tyle pytań do pana prezesa Poczty Polskiej.

Do pani minister mam pytanie dotyczące niekończącej się historii ciągnącej się od kilku lat, a związanej z zakusami PKO Bank Polski objęcia większej części akcji Banku Pocztowego. Jakie jest stanowisko Ministra Administracji i Cyfryzacji? Jaki jest państwa stosunek do projekcji Poczty Polskiej i Banku Pocztowego zaprezentowanej na dzisiejszym posiedzeniu Komisji Infrastruktury? Czy w tym roku sprawa zostanie załatwiona w jedną czy w drugą stronę? Rozumiem bowiem, że ma to bezpośredni i praktyczny wpływ na to, czy mówimy o scenariuszu do realizacji, czy też za chwilę nastąpi zderzenie ze zdecydowanie większymi ograniczeniami. Bo z wypowiedzi panów prezesów wynika, że w perspektywie najbliższych lat rośnie wartość Banku Pocztowego dla Poczty Polskiej i całej Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej. Chciałbym poznać zdanie pani minister w tej kwestii.

Mam dwa drobne pytania do pana prezesa Banku Pocztowego. Pierwsze – obserwujemy, o czym nas informował pan prezes, znaczący wzrost liczby rachunków prowadzonych przez Bank Pocztowy. I bardzo dobrze. Bank Pocztowy trafił do pierwszej dziesiątki banków w Polsce pod względem liczby prowadzonych rachunków indywidualnych. Jak to wpływa na jakość obsługi klientów Banku Pocztowego?

I jeszcze jedno pytanie, na które może znać odpowiedź pan prezes: jak wygląda średni czas obsługi klienta ubiegającego się w Banku Pocztowym o kredyt? Wiem, że zajmuje się tym centralna jednostka w Bydgoszczy. Jak tak znaczny napływ nowych klientów do Banku Pocztowego oddziałuje na jakość obsługi? Jaka jest ocena setek tysięcy klientów, których w ostatnich latach pozyskał Bank Pocztowy?

Pozwolę sobie na zadanie ostatniego już pytania, które zresztą zadałem dwa lata temu na posiedzeniu Komisji Infrastruktury. Już dzisiaj nie pamiętam, czy pytanie kierowałem wtedy do prezesa Poczty Polskiej czy do przedstawiciela Banku Pocztowego. Nie zmieniliście panowie do dzisiaj takiej prostej rzeczy, jak dostęp do oferty ubezpieczeniowej przez klienta Banku Pocztowego, chodzi o Pocztowe Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych. Nadal klientom Banku Pocztowego oferujecie sprzedaż polis PZU. Czy nie można by było pozytywnie załatwić takiej jednej prostej rzeczy po to, żeby uwzględnić wspólny interes Grupy Kapitałowej Poczta Polska? Czy nie można przez prosty mechanizm sprzedaży własnych produktów dodać jeszcze jeden produkt sprzedaży do tego, co prezentował prezes i członkowie zarządu Poczty Polskiej, jak i prezes Banku Pocztowego?

Powtarzam, dwa lata temu zadałem to proste pytanie na posiedzeniu Komisji Infrastruktury. Dzisiaj mamy koniec marca 2013 roku. Z punktu widzenia miliona trzystu tysięcy klientów Banku Pocztowego, taka oferta byłaby korzystna. Przeciętny klient banku, który wybiera się w podróż, chce wykupić jakąkolwiek tanią polisę ubezpieczeniową od nieszczęśliwego wypadku. Dzisiaj ten klient na stronie Banku Pocztowego ma wyłącznie ofertę PZU. Chyba jest to coś nienormalnego. Wyrażam wielkie zdziwienie, że nie wykorzystuje się szansy powiększenie dochodów i uzyskania lepszego efektu synergii również za pomocą prostej konstrukcji. Zresztą sam pan prezes mówił o dynamicznym wzroście liczby klientów indywidualnych.

Tyle z mojej strony.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Dziękuję bardzo. Proszę bardzo; pan przewodniczący Krzysztof Tchórzewski.

Poseł Krzysztof Tchórzewski (PiS):

Dziękuję. Panie przewodniczący, szanowni państwo. Chciałbym podzielić pogląd pana posła Andrzeja Czerwińskiego, że imponująco wygląda zarówno program Poczty Polskiej, jak i Banku Pocztowego. Widać, że Bank Pocztowy wyraźnie jest już na dobrej drodze, co cieszy. Chciałbym także pogratulować sposobu prezentacji. Naprawdę, było to zrobione przekonująco i przejrzyście.

Rodzą się pewne pytania dotyczące realizacji programów. Po pierwsze, założone wydatki inwestycyjne w kwocie, o ile pamiętam, jednego miliarda trzystu milionów złotych do 2017 roku wskazują, że biorąc pod uwagę liczbę placówek pocztowych i dużych placówek logistycznych, są to środki niewystarczające. Wiemy też, co wynika z wielu informacji, że konkurencja ostro i więcej od państwa inwestuje, szczególnie w obszarze przesyłek Stąd pytanie – jak w tym kontekście będzie wyglądała realizacja strategii Poczty Polskiej? Z prezentacji wynika, że będziecie polegali tylko na środkach własnych. Nie było natomiast informacji jak duże są kredyty zaciągnięte przez firmę i w jakim obszarze pojawią się kolejne i dlaczego.

Ponieważ potrzeby inwestycyjne wydają się być większe dla prowadzenia działalności, stąd pytanie dlaczego nie mówi się o tym czy będą zaciągane kredyty, a jeśli się z ich rezygnuje, to dlaczego? W związku z tym jest jedna ważna kwestia. Poziom rocznych inwestycji kształtuje się w przedziale 100, 200, 300 milionów złotych. Czy jest to dobry moment na zmianę marki? Firma jest duża, dlatego znaczące są też koszty zmiany marki. Znane mi są koszty zmiany marki przez kilka firm ogólnokrajowych. Stąd pytanie czy przy tak znacznych wydatkach inwestycyjnych teraz jest dobry moment na zmianę marki? Co prawda podajecie w materiałach, że mało jest firm, które utrzymały swoje logo w ciągu dwudziestu lat. Ale jeśli zapytacie się rodaków, to dotychczasowa marka Poczty Polskiej nie była tak źle odbierana, odbierana jest całkiem nieźle.

Poza tym dotychczasowa marka była rozpoznawalna, budzi pewien respekt i szacunek. Jeśli teraz chce się ją zmienić, to zmiana ma coś poprawić. Trzeba wyłożyć sto lub więcej milionów złotych, bo takie są rzeczywiste koszty promocji zmiany marki. Czy opłaci się w ciągu najbliższych lat przeznaczyć na ten cel około 10% ogólnej puli środków inwestycyjnych?

Natomiast, jeżeli na zmianę marki ma się zamiar przeznaczyć tylko 10 czy 20 milionów złotych, będzie to zmiana nieskuteczna i nieprzekonująca. Stąd pytanie dlaczego wybieracie akurat taki moment na zmianę marki, kiedy firma potrzebuje środków na inwestycje? Przy tym nie ma nacisku na zmianę logo firmy, nie jest taka zmiana oczekiwana. Mogą się w tej sytuacji rodzić podejrzenia i pytania po co zmiana logo firmy, czy ktoś się o to upominał i całą zmianę przeprowadza się tylko dla samej zmiany? W wystąpieniach panów prezesów uzasadnienie zmiany logo Poczty Polskiej nie było przekonujące. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Dziękuję bardzo. Proszę bardzo; pan przewodniczący Redmer, tak? Proszę.

Przewodniczący Związku Zawodowego Pracowników Poczty Sławomir Redmer:

Dziękuję uprzejmie. Chciałbym bardzo piękny obraz firmy, który się dzisiaj maluje, pokazać od strony partnerów społecznych. Jestem przewodniczącym Związku Zawodowego Pracowników Poczty, jednego z bardziej reprezentatywnych. Kilka zdań na temat jak to widzi strona społeczna; prosił o to pan przewodniczący.

Jesteśmy na przełomie kadencji, bo za miesiąc czy dwa kończy się kadencja obecnego zarządu spółki. Nie wiem czy w tym gronie będziemy dalej współpracować.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Będziemy, to już wiemy.

Przewodniczący ZZ Pracowników Poczty Sławomir Redmer:

W ostatnich pięciu latach w Poczcie Polskiej przeszliśmy cztery tury zwolnień grupowych pracowników. Obecnie kolejny już rok realizowany jest program dobrowolnych

odejść z firmy, która zmniejszyła zatrudnienie o wiele tysięcy osób. O tym nie można zapominać, nic nie dzieje się z niczego. Przecież dokonywane zmiany odbywają się kosztem wielu wyrzeczeń wielu pracowników, którzy utracili pracę w Poczcie Polskiej.

Nie ukrywam, że bardzo bulwersujący jest spór pomiędzy PKO Bank Polski a Pocztą Polską, spór o Bank Pocztowy. Rzadko się zdarza, żeby dwóch konstytucyjnych ministrów, Minister Skarbu i Minister Administracji i Cyfryzacji, publicznie wymieniali różne poglądy w tej sprawie. Przecież nie można zapominać, że jeżeli Poczta Polska utraci Bank Pocztowy, to właściwie utraci możliwość realizacji strategii. W efekcie dla pracowników Poczty Polskiej będzie to skutkowało utratą tysięcy miejsc pracy.

Z dużym niepokojem obserwujemy to, co się dzieje wokół tej sprawy. Na tę okoliczność zostało zresztą zwołane posiedzenie sejmowej Komisji Skarbu. Dzisiaj jest stan zawieszenia. Rozumiem, że czekamy do jakiegoś walnego zgromadzenia w jakimś mitycznym, nieokreślonym terminie. Czekamy na rozstrzygnięcie tej kwestii. Czekamy w jakim kierunku i jakie zapadną decyzje, oczywiście decyzje polityczne.

Dla pracowników Poczty Polskiej sprawą najbardziej dolegliwą jest brak podwyżek wynagrodzeń. Przez ostatnie cztery lata jesteśmy bez podwyżek wynagrodzeń. Obecny zarząd spółki wprowadził zasadę podwyżek inflacyjnych, jest ona nawet zapisana w strategii. Dlatego w bieżącym roku były podwyżki o 3%. Oczekujemy, że zarząd w większym stopniu zacznie się w końcu dzielić z pracownikami firmy efektami sukcesu ekonomicznego. Przecież to pracownicy spółki ponieśli największe wyrzeczenia i to oni pracują bardzo ciężko na sukces firmy.

Oczywiście, pracownikom firmy nie podoba się przekształcanie Poczty Polskiej w korporację, ale nie znam firm, gdzie nie stanowiłoby to źródła konfliktu. Mamy różne spory z pracodawcą, również komunikacyjne. Mogę panie i panów posłów zapewnić, że jak tylko się pokaże w Internecie link do transmisji z dzisiejszego posiedzenia Komisji Infrastruktury, na pewno to zostanie opublikowane na naszym forum. Zapewniam państwa, że wielu pracowników Poczty Polskiej bardzo uważnie śledzi wypowiedzi członków zarządu spółki i państwa posłów. Po prostu dlatego, że interesujemy się tym co mówi się o naszej firmie, co się wokół niej dzieje i jak się zachowują politycy i co mówią nasze władze, itd. Dziękuję uprzejmie.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Dziękuję bardzo. My też śledzimy całą sytuację w Poczcie Polskiej, myślę, że mogę to powiedzieć w imieniu wszystkich członków Komisji Infrastruktury. Mamy bardzo duży szacunek dla strony społecznej za to wszystko, co robiliście przez ostatnie lata. Szczególnie od czasu zmian legislacyjnych, które wspólnie podejmowaliśmy na początku poprzedniej kadencji. Sposób prowadzenia rozmów z obecnym zarządem też świadczy o dużej odpowiedzialności za Pocztę Polską, za jej przyszłość. W imieniu wszystkich posłów chciałem państwu za to podziękować. To też nie jest takie proste.

Mamy dwa przykłady, a mówię to ze swojego doświadczenia, dużych firm polskich – Poczty Polskiej i PKP Cargo. Jako mediator brałem udział w sporze zbiorowym w spółce PKP Cargo. W obu przypadkach odpowiedzialność załóg jest naprawdę duża. Bez wsparcia i udziału załogi w procesie restrukturyzacji tych spółek zmian nie udałoby się osiągnąć. Jeszcze raz w imieniu moich koleżanek i kolegów państwu za to dziękuję.

Mam jedno pytanie. Od samego początku zmian dotyczących Poczty Polskiej dyskutowany był jeden problem, może drobny. Zapytam o niego, ponieważ w prezentacji ten temat w ogóle nie był podjęty. Chodzi o filatelistykę i o jej przyszłość. Także o rolę filatelistyki w tym wszystkim co państwo robicie, także z punktu widzenie efektów finansowych, bo działalność na tym polu jest także czymś co wyróżnia Pocztę Polską. Poprzez filatelistykę istnieje możliwość, ale i szansa promocji nie tylko Poczty Polskiej, ale generalnie Polski. Jest to temat bardzo ważny.

Pytanie to kieruję raczej do pani minister; gdzie jest właściwie miejsce dla filatelistyki i dla jej przyszłości w całym procesie komercjalizacji i kształtowania rynku pocztowego?

Rozumiem, że wyczerpaliśmy głosy w dyskusji. Najpierw wypowie się pani minister a później pan prezes. Tak?

Podsekretarz stanu w MAiC Małgorzata Olszewska:

Panie przewodniczący, Wysoka Komisjo. Odniosę się do kilku kwestii, natomiast do odpowiedzi na bardziej szczegółowe pytania oddam głos przedstawicielom zarządów obu spółek. To, co robimy w tej chwili i jaki wysiłek wkładany, by plan został zrealizowany, wiążą się z olbrzymią szansą, żeby istnieć i żeby Poczta Polska funkcjonowała. Naprawdę, nie jest istotne, kto jest ministrem i kto jest prezesem. Potrzebujemy dobrze działającego podmiotu gospodarczego. Jeżeli nie osiągniemy tego celu, będzie nam bardzo trudno utrzymać tak duże przedsiębiorstwo, jakim jest właśnie Poczta Polska.

Bardzo się cieszę i jestem wdzięczna panu przewodniczącemu Redmerowi za wypowiedziane dzisiaj słowa o zainteresowanie załogi całym procesem zmian w firmie. Świadczy to o tym, że mamy do czynienia z partycypacją załogi Poczty Polskiej w to wszystko, co dzieje się w firmie i jakie decyzje są podejmowane o przyszłości spółki i rozwoju usług pocztowych.

Państwo wystosowali apel do władz o to, żebyśmy dobrze zastanowili się nad kwestią udziałów akcji Banku Pocztowego i nad rozwiązaniem tej kwestii. Całkowicie zgadzam się z panem ministrem Jerzym Polaczkiem, zresztą zgadzałam się z nim w wielu kwestiach podczas prac nad nowym prawem pocztowym. Zgadzam się, że obecny układ nie jest dobry dla tego przedsięwzięcia i wymaga reakcji. Była taka reakcja z naszej strony. Bardzo dokładnie przeanalizowaliśmy obydwie oferty PKO Bank Polski. Uczynił to zarząd Poczty Polskiej, który posiada do tego i kompetencje i doświadczenie. Mieliśmy doradcę, który przeanalizował każdy z możliwych wariantów.

Proszę mi wierzyć, że nasze zalecenie było takie: robimy analizę pod kątem tego, co jest dobre dla Poczty Polskiej. Myślimy o Poczcie Polskiej. Nasze myślenie było bardziej skupione na tym, żeby przede wszystkim skorzystała Poczta Polska. Analizy przez nas przeprowadzone wykazały, że najlepszą dla nas opcją jest właśnie odkupienie udziałów PKO Bank Polski w Banku Pocztowym. Jak powiedział pan prezes, Poczta Polska złożyła taką ofertę PKO BP i obecnie czekamy na odpowiedź. Mam nadzieję, że w najbliższym czasie tę kwestię uda się nam rozwiązać.

Wszyscy członkowie zarządu Poczty Polskiej, jak siedzą w sali obrad, podobnie jak i ja, patrzymy na to z punktu widzenia liczb, z punktu widzenia perspektyw, jakie za sobą niesie projekt a nie z punktu widzenia, kto czym zarządza. Naprawdę, staramy się do tego podchodzić, bardzo, bardzo merytorycznie i na tym nam przede wszystkim zależy.

Prawo pocztowe – naprawdę uważam, że w Komisji Infrastruktury wykonaliśmy bardzo dużą i bardzo dobrą pracę. Przymierzyliśmy się już do szacunków kosztu netto, przyjęliśmy wskaźnik gęstości placówek pocztowych – jedna placówka na jedną gminę. Oczywiście, na niektórych terenach, zwłaszcza tam gdzie w gminie jest kilka placówek pocztowych, będziemy się zastanawiać nad możliwymi połączeniami placówek. Oddam głos przedstawicielom zarządu spółki, by powiedzieli o szczegółach. Powiem tylko, że chodzi również o koszty funkcjonowania placówek pocztowych. Popatrzymy na to bardzo gospodarskim okiem.

W innych sektorach szukamy uzupełnienia usług pocztowych, co jest niczym innym, jak tylko próbą wzmocnienia sieci placówek Poczty Polskiej. To też był nasz argument w rozmowach prowadzonych z PKO Bank Polski. Uważamy (a sądzę, że w tym punkcie jesteśmy zgodni z władzami Poczty Polskiej), że sieć placówek pocztowych stanowi największą wartość firmy. Dla dobrego wykorzystania tej wartości trzeba rzeczywiście stworzyć bardzo dobry biznesplan. Plan zaprezentowany w strategii Poczty Polskiej opiera się między innymi na takim założeniu. Dlatego też mówimy o Banku Pocztowym, który wchodzi ze swoimi produktami do Polski powiatowej.

Odwołuję się do wszystkich liczb i wskaźników, które pokazał prezes Banku Pocztowego, pan Tomasz Bogus. Przede wszystkim chodzi o to, żeby znaleźć jeszcze klientów wśród osób nieposiadających jeszcze rachunków bankowych i próbować do nich dotrzeć. Jak powiedział pan przewodniczący, Poczta Polska jest instytucją, do której Polacy mają zaufanie i która cieszy się dobrą marką. Liczymy też na to, że to wszystko będzie miało pozytywny wpływ na proces zmian w Poczcie Polskiej.

Dalsze działania restrukturyzacyjne są niezbędne. Pokazywaliśmy państwu jaki wpływ ma rozwój usług finansowych na stabilność Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej, w tych kategoriach myślimy.

Wracając jeszcze do załogi Poczty Polskiej. Z naszej strony jest bardzo duża determinacja, żeby również pracownikom firmy działo się lepiej. Po to prowadzony jest w Poczcie Polskiej duży projekt dobrowolnych odejść, razem go zmieniamy, ale o tym więcej powiedzą już panowie prezesi. Chcemy przede wszystkim przekonać naszych współpracowników (bo pracownicy Poczty Polskiej są naszymi współpracownikami) do tego, że warto budować wartość spółki. Warto też inwestować w ludzi i w spółkę, żeby wszystkim żyło się zwyczajnie w świecie lepiej.

Wpływ konkurencji – poproszę członków zarządu spółki o zaprezentowanie skali wpływów działalności operatorów komercyjnych na działalność takiego operatora, jakim jest Poczta Polska. Mamy na rynku ponad 250 operatorów, z czego – jak myślę – stu tworzy realny rynek konkurencyjny dla operatora pocztowego. Proszę mi wierzyć, że jak tylko słyszę o poczynaniach konkurencji, której czasami niektóre jej pomysły są godne podziwu, daję sygnał jak odpowiedzieć na ich ofertę. Dla mnie jest to po prostu jeden z elementów walki o klienta. Chcę wiedzieć, jak do tej walki przygotowana jest Poczta Polska i czy jest gotowa na to, aby reagować na wszystko co konkurencja proponuje i przedstawia.

Filatelistyka – zapewne mieliście już państwo do czynienia ze zmianami filatelistyki w Poczcie Polskiej. Osiągamy nawet pewien element sztuki i absolutnie nie można tego zaprzepaścić i absolutnie nie można tego zniweczyć. Mam nadzieję, że utrzymamy tę bardzo pozytywną tendencję. Przy każdej swojej wizycie zagranicznej, a teraz zabieram ze sobą prezesa Poczty Polskiej do Chin, staram się przekonać wszystkich, że Poczta Polska ma również świetne pomysły w dziedzinie filatelistyki. Dowodem na to są liczne nagrody uzyskiwane przez Pocztę Polską za swoje znaczki. Nasza filatelistyka jest naprawdę coraz lepsza i znajduje uznanie nie tylko krajowe, ale też międzynarodowe. Osobiście jestem bardzo z tego dumna.

À propos prawa pocztowego – dlaczego powiedziałam wcześniej, jest to efekt dobrze wykonanej przez nas roboty? Według modelu zaproponowanego w prawie pocztowym przymierzyliśmy się do szacunków kosztu netto. Musieliśmy to zrobić pisząc rozporządzenia do prawa pocztowego dotyczącego kosztu netto. Jak się okazuje, proponowany model będzie miał zastosowanie w praktyce. Chodzi nie tylko o fundusz kompensacyjny. Poczta Polska dopłaca najwięcej do kosztu netto, w roku 2013 jest to prawie 79 mln zł.

Zastrzegam się, że są to tylko dane szacunkowe zebrane przez nas bez szczegółowej weryfikacji Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Wyliczeniu kosztu netto towarzyszy postępowanie z biegłymi, itd. Według jednak tego, co wyliczyliśmy, udział Poczty Polskiej w funduszu kompensacyjnym wyniesie w tym roku 79 milionów złotych, w 2014 roku – 74 miliony i w 2015 roku – 73 miliony. W związku z tym wychodzi na to, że również dopłata z budżetu państwa do tego funduszu nie będzie bardzo duża, ale znajdzie zastosowanie w ciągu trzech kolejnych lat, będą to kwoty od 12 do 20 milionów złotych.

Chyba dobrze wymyśliliśmy konstrukcje funduszu kompensacyjnego. Jeśli zabraknie środków na rynku, będziemy mieli uzupełniające źródło zasilania, aby Poczta Polska nie musiała szukać pieniędzy w innych obszarach. Pamiętajmy, że mówimy o usłudze powszechnej. Pozwoli to przede wszystkim zapewnić dostęp do usług powszechnych na tych terenach, na których konkurencja nie chce świadczyć usług. Nie czyni tego, bo nie identyfikuje tych regionów jako takich, na których biznes jest opłacalny, co zresztą jest nawet zrozumiałe.

Z mojej strony to tyle. Oddaję głos członkom zarządu Poczty Polskiej.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Proszę, panie prezesie.

Prezes Zarządu Poczta Polska SA Jerzy Jóźkowiak:

Jeżeli państwo pozwolą, odpowiedziami na pytania podzielimy się między członkami zarządu. Chciałbym się odnieść tylko do jednej kwestii, która była podnoszona i przewijała się w kilku wypowiedziach. Do Poczty Polskiej przyszliśmy przed dwoma laty,

ja przyszedłem w marcu 2011 roku. Jak państwo pamiętają, wtedy były dość znaczne protesty związane z likwidacją placówek pocztowych. Było też dużo szumu medialnego i dyskusji na ten temat. Wówczas w tym gorącym okresie miałem okazję w dość szybkim tempie spotykać się z przedstawicielami załogi, z interesariuszami, ze związkami zawodowymi. Chciałem szybko „wejść w temat", zrozumieć na czym polega problem.

Powiem jedną istotną rzecz. To, co pokazujemy dzisiaj państwu stanowi w jakiejś mierze realizację strategii przyjętej w roku 2011. Uzyskane rezultaty nie byłyby możliwe bez współdziałania pracowników Poczty Polskiej, interesariuszy. To byłoby niemożliwe. Dialog, o który poprosiłem w marcu 2011 roku, jest trudnym dialogiem, ponieważ problemy stojące przed Pocztą Polską są bardzo trudne. Ale o tym już nie chcę mówić, bo mówiłem o tym na poprzednim posiedzeniu Komisji.

Spotkaliśmy się z ogromną odpowiedzialnością drugiej strony. Trudne sprawy staramy się załatwiać wewnątrz firmy i nie absorbować nimi innych. Co nie oznacza, że zawsze pracodawcy czy też stronna związkowa wychodzą z sukcesem.

Powiem państwu o tym, co uważam za najbardziej istotne i co jest dobrym prognostykiem na przyszłość. Pracowałem w bardzo wielu firmach, pracowałem w sektorze finansowym, bankowym. Po raz pierwszy w Poczcie Polskiej spotkałem się z tak ogromnym zaangażowaniem załogi, z utożsamianiem się z ideą przedsiębiorstwa i z ogromną ufnością, jeżeli chodzi o sprawy związane z przyszłością firmy. Pod jednym warunkiem, że taką odpowiedzialność będą mieli i pracodawca i interesariusze. To jest ogromna rzesza ludzi, którzy związali swój los z Pocztą Polską na dobre i na złe.

To nie są żadne patetyczne słowa. Bardzo chętnie zaproszę państwa na spotkanie wyjazdowe Komisji, abyście państwo mieli okazję spotkać się z ludźmi, którzy przepracowali 20, 25 lub 30 lat w Poczcie Polskiej. Ogromną przyjemność sprawia rozmowa z tymi ludźmi. Z nimi trzeba rozmawiać o konkretach.

Na poprzednim posiedzeniu Komisji Infrastruktury pan poseł Tchórzewski zarzucił nam, że pokazujemy za mało liczb i za mało danych dotyczących amortyzacji czy planów inwestycyjnych. Wyciągnęliśmy z tego wnioski i jak państwo widzą, dzisiaj te dane pokazaliśmy. Nie pokazujemy dlatego, że jest to rozgrywka czy próba zaprezentowania zarządu spółki w doskonały sposób. Proszę państwa, takie po prostu są potrzeby i ludzie tego potrzebują.

Czy nam się wszystko dobrze udaje, czy zmiana wizualizacji firmy była niezbędna? Poproszę pana prezesa Janusza Wojtasa, aby się do tego odniósł. Na ten temat też prowadzimy dyskusję w firmie. Niemniej jednak chcę powiedzieć o jednej bardzo ważnej rzeczy. Przed dwoma laty kiedy zaczęliśmy rozmawiać o strategii Poczty Polskiej i kiedy informacje na jej temat zostały przekazane interesariuszom społecznym, ani jedna informacja nie przedostała się do mediów. To świadczy o ogromnej odpowiedzialności za to, co się dzieje w Poczcie Polskiej. Uważam to za ogromny sukces pocztowców, a za takiego się dzisiaj również uważam.

Nie oznacza to, że tak łatwo zrealizujemy zadania stojące przed nami. Padały dzisiaj hasła dotyczące konkurencji, to naprawdę są bardzo poważne rzeczy. Nie mogę powiedzieć, że nam się udało wygrać przetargi. My po prostu wygraliśmy je kompleksową ofertą i innym podejściem. Ale też nie jesteśmy cudotwórcami. Podczas poprzedniego posiedzenia Komisji mówiłem o Harrym Potterze. Dzisiaj tego nie używam. Dlaczego? Bo dzisiaj wiem, na czym stoję. Mogę dzisiaj powiedzieć, że Poczta Polska odpowiednio zarządzana i przy odpowiednim wsparciu załogi, jest w stanie generować wysokie zyski i być strukturą dochodową dla Skarbu Państwa.

Nie mówiliśmy o jeszcze jednym ważnym elemencie a mianowicie o tym, że wypracowywane środki z racji ogromnych zapóźnień, jakie są w Poczcie Polskiej jeśli chodzi o sprawy związane z zarządzaniem ludźmi, powinny być inwestowane w ludzi. My to robimy. To są ogromne pieniądze wydawane na szkolenia, ale również dotyczące poziomu wynagrodzeń. Dialog prowadzony dzisiaj z interesariuszami jest następujący: tak krawiec kraje jak materii staje.

Proszę państwa, podwyżka inflacyjna jest podwyżką, która objęła wszystkich pracowników Poczty Polskiej. Taka podwyżka w Poczcie Polskiej będzie dla wszystkich, co roku. Natomiast zdajemy sobie również sprawę z tego, że poziom wynagrodzeń musi

ulec zróżnicowaniu. Cały program dotyczący wartościowania stanowisk, o którym mówiłem na poprzednim spotkaniu, w tej chwili jest na etapie finalizacji i dialogu z załogą. Rozpoczniemy go w perspektywie najbliższych kilku tygodni.

To są bardzo, ale to bardzo ważne, elementy. Bez nich nie wystarczy 455 lat tradycji, bo tym nie da się nikogo nakarmić. Nie wystarczy patrzenie w przeszłość. To nie ma sensu, o ile przeszłość nie wzbogaca przyszłości. Wydaje mi się, że pięcioletnia perspektywa, którą nakreśliliśmy, sięgająca 2017 roku, perspektywa bardzo jasnego i klarownego programu ekonomicznego a także konsekwentna jego realizacja, stwarza szansę tak dla załogi jak i dla nas. Mam nadzieję, że również państwo posłowie będą dumni z tego, że mamy Pocztę Polską, prawda?

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Panie prezesie, jeśli mogę. Bardzo przepraszam, ale dostałem informację, że mamy salę tylko do godz. 19, bo potem odbędzie się w niej posiedzenie następnej komisji. Bardzo przepraszam, że przerywam.

Mam propozycję, żeby odpowiedzi na pozostałe zadane dzisiaj pytania i na wątpliwości, zostały nam przekazane na piśmie. Jest jeszcze zgłoszenie pana przewodniczącego Nowickiego. Myślę, że dobrze będzie, jeżeli udzielę mu głosu, tylko prosiłbym o zwięzłą wypowiedź. Prosiłbym także pana prezesa Bogusa o bardzo krótką wypowiedź dotyczącą relacji z Pocztą Polską.

Podsekretarz stanu w MAiC Małgorzata Olszewska:

Panie przewodniczący, jeśli można; tylko jedna odpowiedź na pytanie interesujące panią poseł Paluch dotyczące „odchudzania" placówek pocztowych. Gdyby pan prezes mógł w dwóch zdaniach odpowiedzieć.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Ale bardzo krótko proszę.

Członek Zarządu Poczta Polska SA Janusz Wojtas:

Jeżeli chodzi o sieć placówek pocztowych, to ich liczba wzrosła w roku 2012 w stosunku do roku 2011. O niecałe 2% zmniejszyła się liczba urzędów pocztowych łącznie, natomiast wzrosła w ubiegłym roku. Jeśli chodzi o przyszłość, to sieć placówek pocztowych będzie dostosowana do regulacji prawnych wynikających z prawa pocztowego oraz do potrzeb rynku w zakresie potencjału biznesowego. Musi również uwzględniać aspekt społeczny. Nie oznacza to zmniejszenia liczby placówek w stosunku do stanu aktualnego, a więc, że automatycznie nastąpi zmniejszenie liczby placówek. W pierwszej kolejności będziemy podejmowali działania, które nasze placówki doprowadzą do poziomu rentowności. Placówki nierentowne zastąpione zostaną inną formą organizacyjną. W dalszej kolejności będziemy zastanawiali się nad faktyczną liczbą czynnych placówek pocztowych.

Jeżeli chodzi o obszary miejskie, to z pewnością mamy w nich zdecydowanie za mało placówek pocztowych, w samej Warszawie brakuje około trzydziestu. W roku ubiegłym liczba placówek zwiększyła się o jedenaście. W roku bieżącym oraz w przyszłym będziemy chcieli powiększyć liczbę placówek o kolejnych dwadzieścia. Jeśli chodzi o pozostałe obszary, to jak wspomniałem, sieć placówek będzie dostosowana do regulacji prawnych i potrzeb biznesowych. Będzie ona także zależna od skali sprzedaży usług. Wraz z rozwojem obszaru finansowego, zwiększać się będzie zapotrzebowanie na usługi, co wpłynie na rentowność placówek pocztowych. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Dziękuję bardzo. Proszę.

Przewodniczący Organizacji Międzyzakładowej„Solidarność" Pracowników Poczty Polskiej Bogumił Nowicki:

Panie przewodniczący, szanowne panie posłanki i panowie posłowie. Postaram się zmieścić w trzech minutach, aczkolwiek łatwo nie będzie. Większość spraw, które powinniśmy poruszyć jako NSZZ „Solidarność" z racji naszej obecności na posiedzeniu Komisji, poruszymy jednak w układzie bilateralnym z pracodawcą. Mówił o tym pan prezes. Pewnych kwestii nie nagłaśnialiśmy i chyba nadal powinniśmy przy tym pozostać, to znaczy nadal

nie nagłaśniać niektórych kwestii. Wiadomo bowiem, że obrady Komisji są w pełni transparentne. Nie chcemy naruszać tajemnic przedsiębiorstwa. Ktoś korzystając z Internetu mógłby przesłuchać przebieg obrad Komisji lub przeczytać stenogram i zupełnie niepotrzebnie mógłby na tej podstawie wyciągnąć za daleko idące wnioski.

Do pewnych kwestii muszę się odnieść. Pan poseł Czerwiński słusznie zapytał czy to jest stanowisko zarządu Poczty Polskiej czy załogi. Muszę zakwestionować tezę, którą wygłosił pan prezes, że mamy jednolite stanowisko w sprawie strategii. Nie byliśmy twórcami strategii, przyjmowaliśmy pewne jej elementy jako pozytywne. Natomiast w dalszym ciągu brakuje nam jednej rzeczy. Widzimy w niej elementy taktyczne a nie strategiczne. Na przykład nie ma zdefiniowanego wariantu, czy firma docelowo ma być firmą integralną, taką jak jest teraz, czy też ma być dywersyfikowana na różnego rodzaju spółki.

Przypomnę, że przed kilku laty pani posłanka Elżbieta Pierzchała na wspólnym posiedzeniu Komisji Infrastruktury i Skarbu Państwa wygłosiła tezę, że ma już dość słuchania o Poczcie Polskiej i chce się w końcu dowiedzieć, kiedy zostanie ona rozdzielona na pięćdziesiąt albo sto spółek. Ja to pamiętam. I mniemam, że ten temat może wracać.

Wracając do strategii. Myśmy jej nie kontestowali, bo ma swoje plusy, natomiast nie byliśmy jej entuzjastami. Węzłowym problemem, który na posiedzeniu Komisji należy postawić i który został już zarysowany, jest ewidentny konflikt między dwoma resortami, a personalnie między panem ministrem Budzanowskim i panem ministrem Bonim. Nie wiemy w jakim zmierzamy kierunku, czy Bank Pocztowy ma być w Poczcie Polskiej, czy Bank Pocztowy ma być pół na pół pocztowo-pekaowski, czy też w pełni ma być bankiem przejętym przez PKO Bank Polski. W tej chwili „Solidarność" nie ma jeszcze zdefiniowanego stanowiska. Oczekujemy na informację ze strony zarządu, to nam obiecano, przedstawiającą argumenty za tym, żeby Bank Pocztowy był bankiem pocztowym. Sprawa jest niezwykle skomplikowana i złożona, w paru słowach nie da się jej ująć. Z powodów, o których powiedziałem na początku, o tych wątpliwościach nie chcę dzisiaj szerzej mówić ze względu na tajemnice firmy.

Jeśli chodzi o obecnie obowiązujące prawo pocztowe – uważam, że firma poniosła straty mniej więcej takie, jakie 60-letni mężczyźni na nowym prawie emerytalnym. Chodzi o wiek emerytalny. Dla mnie, jako pracownika firmy, nie jest zadowalające rozwiązanie w formie funduszu kompensacyjnego. Natomiast karygodne jest dla mnie, że operatorem wyznaczonym będziemy przez trzy lata zamiast na przykład przez lat trzynaście, jak to przyjęła poczta hiszpańska będąca operatorem narodowym. W związku z tym nie podzielam zdania pani minister, o czym informowałem podczas prac nad nowym prawem pocztowym. Dzisiaj już „mleko się rozlało", zobaczymy jak to będzie wyglądało.

Jeśli chodzi o konkurencję, to polska konkurencja wciska się tylko tam, gdzie Poczta Polska sama oddaje jej rynek. Przykładem mogą być usługi kurierskie, które w sposób karygodny zostały oddane innym operatorom. Przed laty zgłaszałem nawet ten temat w prokuraturze, niestety, nie znalazło to odpowiedniego finału. Mam nadzieję, że uda nam się w jakiejś części odzyskać usługi kurierskie, bo to jest jednak element biznesu pocztowego.

Cieszy mnie też, że prezentacja Poczty Polskiej była fajna i czytelna dla państwa posłów. Najbardziej mnie cieszy to, że pan prezes dwukrotnie i na początku swojej wypowiedzi i na końcu, powiedział, że kondycja firmy jest dobra. Wiążemy bowiem duże nadzieje z dobrą kondycją firmy. Przypominam, że Poczta Polska, kiedyś miała 104 tysiące pracowników i 104% wynagrodzenia średniej krajowej. Dzisiaj w porywach ma 88% średniego wynagrodzenia krajowego i 86 tysięcy etatów, co przekłada na 91 tysięcy pracowników.

Zdanie naszego związku jest następujące: dobre efekty finansowe naszej firmy wynikają głównie z tego, że w bardzo wydatny sposób została zredukowana załoga. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Zbigniew Rynasiewicz (PO):

Dziękuję bardzo. Szanowni państwo. Dobrze, że z jednej strony zostały pokazane sukcesy resortu, firmy, pani minister i całego zarządu. Z prezentacji było to wyraźnie widać. Dobrze, że jest dialog z załogą. Dobrze również, że w dyskusji pokazane zostały pro-

blemy, które stoją jeszcze przed państwem i, oczywiście, stoją też przed nami. Ocenione zostały także nasze działania legislacyjne, szczególnie przez stronę społeczną.

Po pierwsze – panie prezesie, przyjmujemy pana zaproszenie na wyjazdowe posiedzenie Komisji Infrastruktury. Pewnie mogłoby to być w czerwcu. Do tego czasu wiele kwestii, o których mówili dzisiaj przedstawiciele strony społecznej, nabierze tempa. Wtedy w czerwcu będzie właściwy termin dla spotkania. To jest jedno.

Po drugie – Komisja Infrastruktury jest zwolennikiem rozwiązania, które państwo prezentowaliście. Chodzi o relacje pomiędzy Pocztą Polską a Bankiem Pocztowym. W gronie prezydium Komisji zastanowimy się w jaki sposób Komisja powinna zareagować i wziąć udział w całym procesie dotyczącym relacji pomiędzy Ministrem Administracji i Cyfryzacji a Ministrem Skarbu. Może to będzie dezyderat Komisji, wszystko jest możliwe. Jeszcze się nad tym zastanowimy. Nie mamy bowiem wątpliwości co do tego, że to wszystko, co udało się państwu zbudować przez ostanie lata, jest właściwą perspektywą i dla Poczty Polskiej i dla Banku Pocztowego.

Jeśli taką konkluzją zakończę obrady, to wszyscy będą szczęśliwi a Komisja Spraw Zagranicznych będzie mogła rozpocząć obrady. Bardzo państwu dziękuję.